



Ville de Nivelles



Ville de Nivelles

PLAN QUALITÉ TOURISME

FICHES ACTIONS - JANVIER 2011



TABLE DES MATIÈRES

Introduction.....	3
Définition du cluster touristique	3
Axes stratégiques de développement.....	4
Les fiches-actions	4
Valorisation des façades de la Grand'Place.....	5
Espaces verts et fleurissement.....	12
Mise en lumière et éclairage.....	19
Enseignes et mobiliers commerciaux.....	22
Aménagement d'un itinéraire piéton entre le parc et la Grand'Place.....	37
Renforcement de la politique de stationnement en améliorant l'information et la signalétique....	43
Aménagement d'itinéraires piétons entre les parkings périphériques et le centre-ville	48
Concentration des services touristiques à proximité de la Collégiale.....	55
Création d'un hôtel de caractère dans le centre-ville.....	59
Mise en tourisme de la Collégiale et des vestiges archéologiques.....	65
Mise en place d'un produit « Smartphone » de découverte de la Ville.....	71
Mise en tourisme de l'événementiel.....	76
Soutenir la dynamique commerciale	79
Récapitulatif de la localisation des actions	83
Récapitulatif des budgets et du phasage	84

INTRODUCTION

Le Gouvernement wallon, dans le cadre du programme FEDER et plus généralement dans le développement d'une politique qualité tourisme en Wallonie mis en œuvre par le Commissariat au Tourisme, a souhaité développer un programme de plans qualité des principaux pôles et localités touristiques tant au niveau de la qualité du cadre de vie que de la qualité des services et des prestations offertes aux touristes.

Cette démarche qualité doit être entendue comme un processus d'innovation et d'amélioration continue de l'offre touristique wallonne en vue de garantir aux visiteurs effectifs une expérience satisfaisante, en fonction de leurs besoins et exigences.

Dans le cadre du plan qualité du pôle touristique de Nivelles, une première partie du travail, qui s'est déroulée entre août 2010 et octobre 2010, nous a permis de disposer d'un diagnostic complet sur les attraits touristiques et les caractéristiques du cadre de vie du centre de Nivelles. Celui-ci nous a permis de mettre en évidence les atouts et les faiblesses de ce périmètre d'investigation et de prendre conscience des opportunités à saisir et des aspects problématiques à l'encontre desquels des actions pourraient être envisagées à l'avenir.

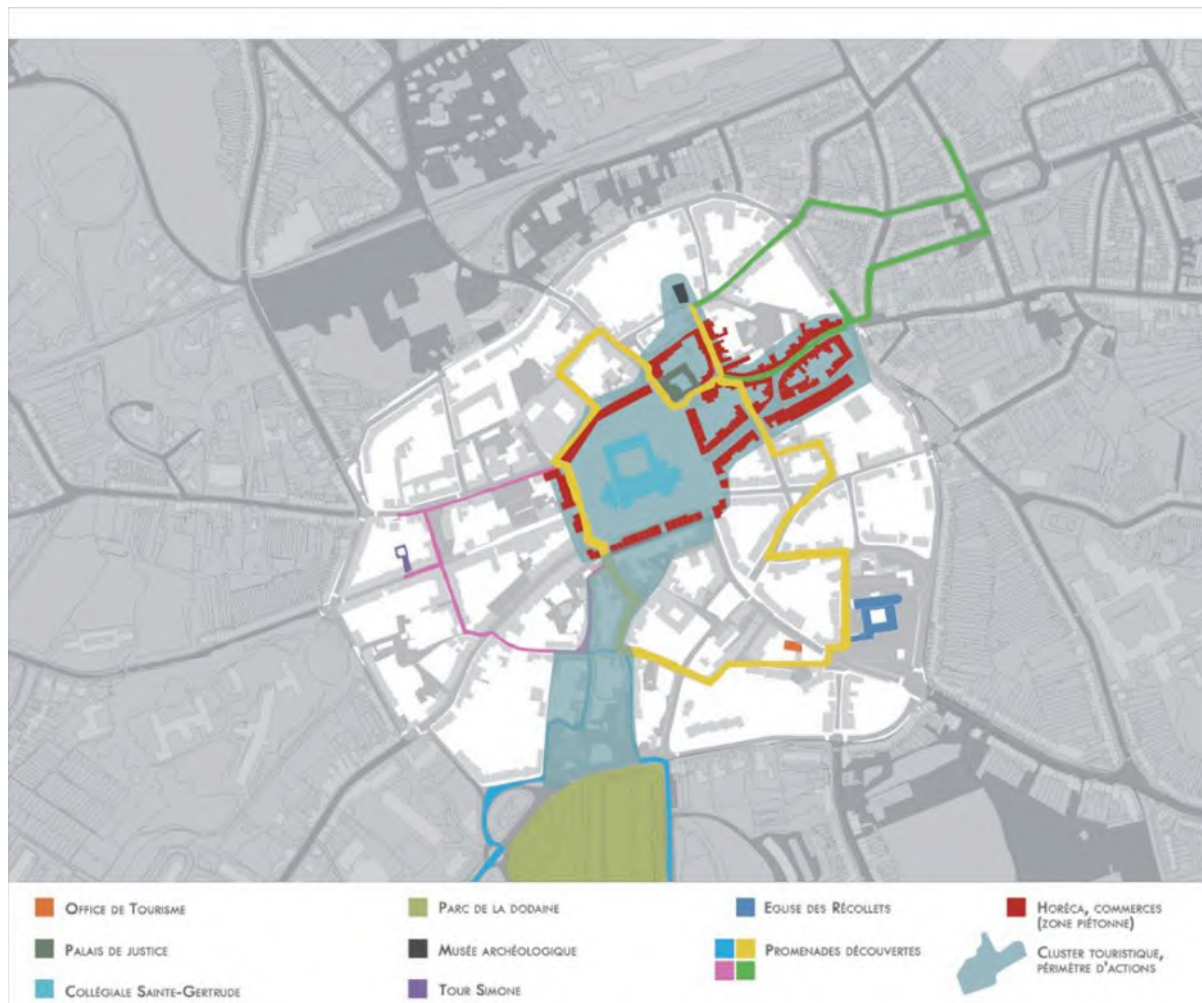
Le présent rapport clôture la deuxième partie de la mission en proposant les axes stratégiques de développement pour le pôle touristique de Nivelles ainsi qu'un programme d'actions à mettre en œuvre pour répondre aux objectifs identifiés.

DÉFINITION DU CLUSTER TOURISTIQUE

A l'issue du diagnostic réalisé sur l'ensemble de l'intramuros de Nivelles¹, un périmètre d'intervention prioritaire a été défini. Ce « cluster touristique » couvre principalement :

- la Grand'Place ;
- le quartier commerçant, en partie piétonnier, comprenant essentiellement les rues de Namur, du Géant et de Bruxelles ;
- une partie du quartier Saint-Jacques permettant de faire la liaison entre la Grand'Place et le parc de la Dodaine.

¹ L'intramuros correspond au centre-ville ceinturé par les principaux boulevards périphériques. C'est dans ce centre que sont concentrées les principales attractions touristiques et commerciales.



AXES STRATÉGIQUES DE DÉVELOPPEMENT

Au terme de la première partie de l'étude, 3 axes stratégiques de développement peuvent être identifiés pour le pôle touristique de Nivelles :

1. Mieux diriger les piétons et automobilistes afin de préserver un centre convivial et de mettre en réseau les espaces publics et points d'intérêt touristique.
2. Valoriser la fonction commerciale et le shopping dans un environnement urbain convivial et animé.
3. Développer une stratégie coordonnée pour le tourisme à Nivelles en mettant en valeur ses éléments forts (Collégiale, musée, petit patrimoine bâti ...) et en améliorant l'offre Horeca.

LES FICHES-ACTIONS

Les 13 fiches-actions sont exposées ci-après.



Le Fonds Européen de Développement Régional et la Région wallonne investissent dans votre avenir

Plan Qualité Tourisme de Nivelles – Fiches Actions

PROJET N°1	VALORISATION DES FAÇADES DE LA GRAND'PLACE
-------------------	---

1. DESCRIPTION DE L'ACTION

Objectifs poursuivis :

Les façades jouent un rôle majeur dans l'image de la ville. Représentant la verticalité de l'espace public, elles se confrontent au regard de l'utilisateur, notamment du touriste. La mise en valeur des façades et du patrimoine de Nivelles rencontre plusieurs enjeux:

- homogénéisation du front bâti ;
- rafraîchissement des façades ;
- harmonisation des matériaux et teintes ;
- recomposition de la structure verticale du bâti ;
- rénovation des bâtiments vétustes.

Cette action se focalisera sur le périmètre d'action du cluster et tout particulièrement sur les façades bordant la Grand-Place. Celle-ci a la spécificité de posséder la collégiale Sainte-Gertrude en son centre. La disposition des lieux amène donc le promeneur à focaliser d'abord son attention sur la collégiale et dans un deuxième temps sur les façades des commerces bordant la place, ce qui ne doit pas pour autant dissuader d'entreprendre un programme d'amélioration de l'esthétique et de la valeur d'ensemble de ces façades.

Description de l'action :

Les interventions proposées varient en fonction de l'état du bâtiment allant d'un rafraîchissement léger de la façade à une rénovation en profondeur. Il s'agit par exemple :

- de restaurer les rez-de-chaussée dénaturés par les devantures commerciales, en reconstituant le rythme des travées ;
- de restaurer les toitures ;
- de supprimer un étage inadéquat ou au contraire en ajouter un ;
- de (ré-)enduire et/ou de remettre systématiquement en couleur les façades ;
- de remplacer les châssis dans un sens plus respectueux du patrimoine

Pour la mise en valeur des façades et les questions de propriété, on peut se baser sur l'exemple de la Grand'Place de Mons. En effet, une convention a été signée entre la commune et chacun des propriétaires d'un bien localisé sur la place pour une mise à disposition (bail long terme) de la façade grâce à laquelle les pouvoirs publics ont la faculté d'intervenir sur les parements, les percements, la tonalité ... et redonner ainsi une cohérence à l'ensemble pour un coût plus raisonnable (économie d'échelle). On trouvera en annexe, pour de plus amples informations, la méthodologie suivie à Mons.

Éléments de mise en œuvre :

Pour la mise en valeur des façades, l'estimation du budget se base sur le coût d'une façade type. Les travaux à envisager couvrent plusieurs postes :

- Installation des échafaudages ;
- Parement : selon son état, le bâti voisin et sa typologie, la façade sera peinte, sablée ou nettoyée. Elle peut également bénéficier d'une couche hydrofuge ;
- Toiture : selon l'état de la toiture, l'action peut aller d'un nettoyage léger de la toiture, au remplacement partiel ou total de celle-ci ;
- Menuiserie : ce poste reprend principalement les châssis et boiseries (corniches ...). L'étude de ceux-ci permettra de décider entre un entretien superficiel (ponçage, peinture ou vernis) et leur remplacement complet (pose de nouveaux châssis) ;
- Transformation : pour adapter le bâti aux caractéristiques dominantes et intéressantes de la place, des rehaussements de toiture ou des reconfigurations de rez commerciaux sont à envisager. L'estimation de cette fiche action ne considère néanmoins que les travaux visibles de la place, c'est-à-dire la partie en façade tournée vers la place.

Le budget ci-dessous aborde les façades de la Grand-Place. Pour les autres rénovations ponctuelles de façade au sein du cluster touristique, un tableau est repris à titre indicatif en annexe.

2. LOCALISATION DE L'ACTION

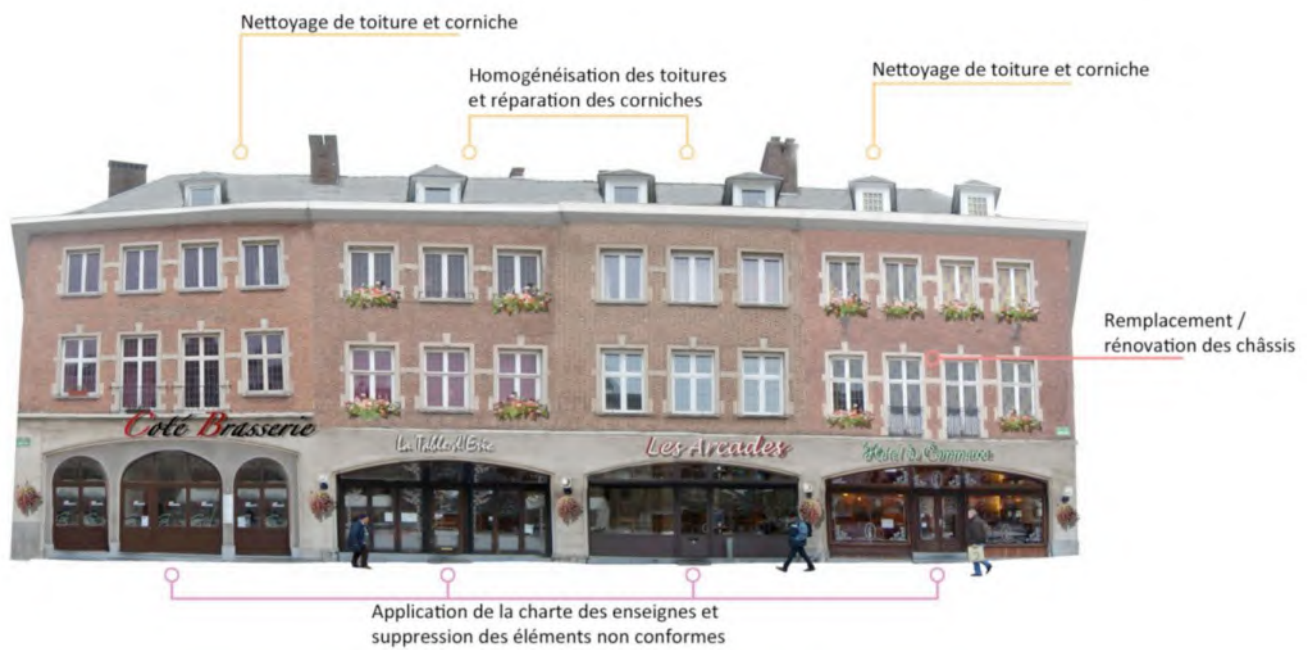
3. ILLUSTRATIONS DES AMÉNAGEMENTS

FAÇADES SUD-OUEST

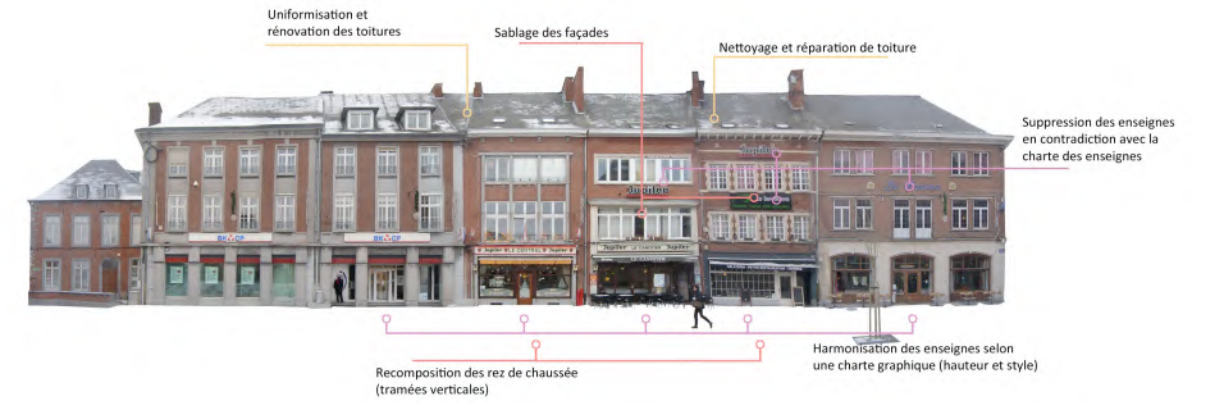
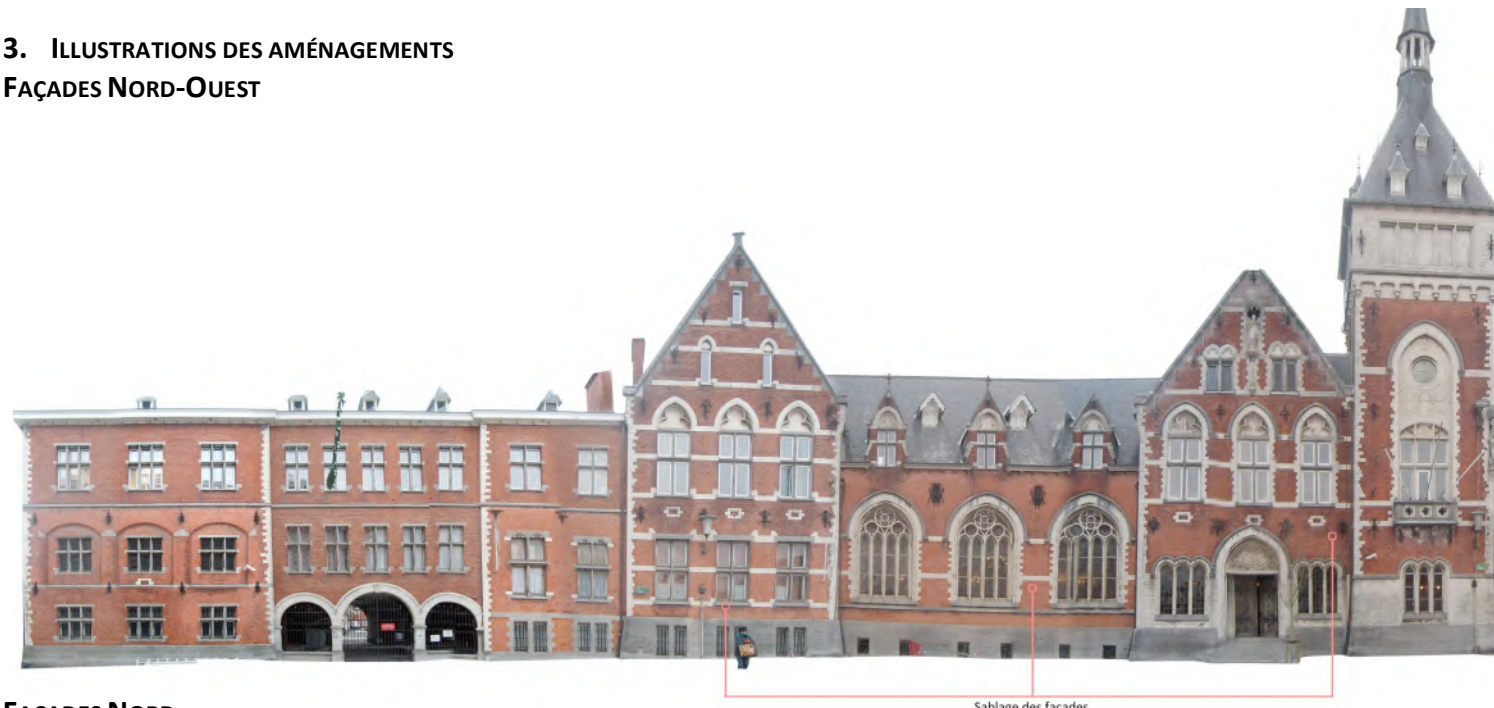
AVANT



APRÈS



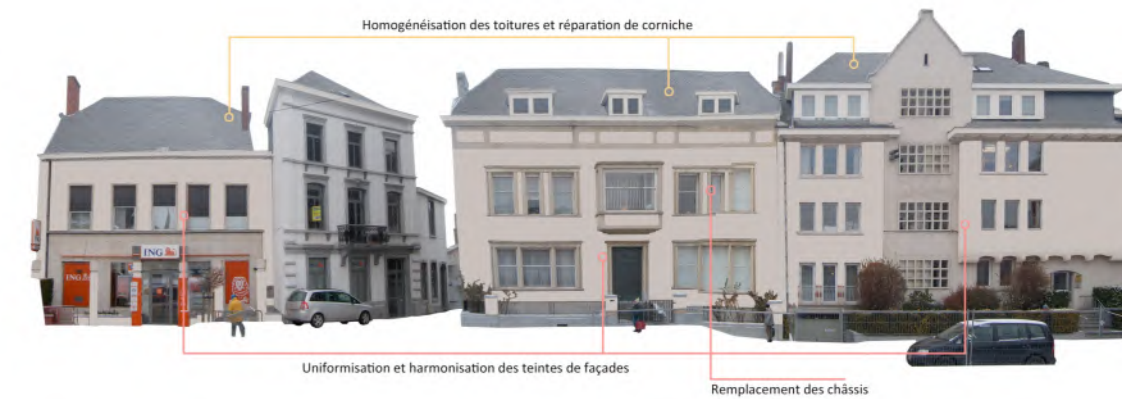
3. ILLUSTRATIONS DES AMÉNAGEMENTS
FAÇADES NORD-OUEST



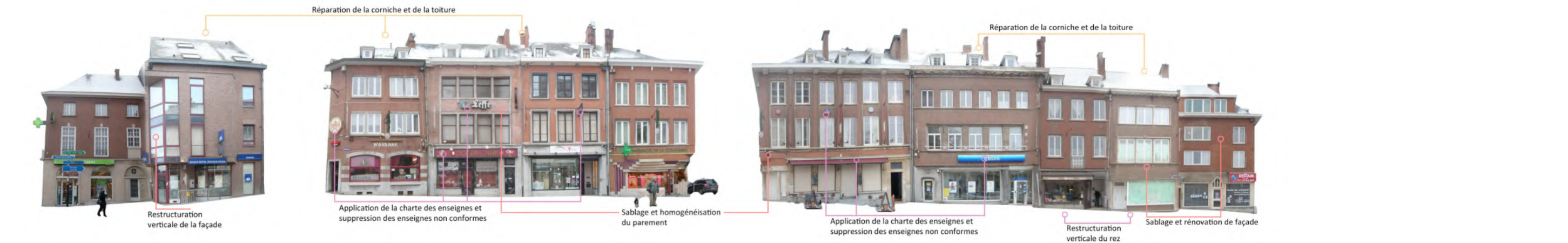
FAÇADES NORD AVANT



APRÈS



FAÇADES EST



FAÇADES SUD



4. MOYENS À MOBILISER

Désignation	Prix total HTVA
Mise en valeur des façades L'estimation se base sur les différents commentaires relatifs à chaque façade reprise au point ci-avant pour définir une estimation globale :	
Entretien léger Pose des échafaudages, nettoyage (façade + toit), peinture (châssis + mur) et fleurissement	460.000,00 €
Rénovation lourde Pose des échafaudages, sablage, rejointoiement, remplacement de toiture, remplacement châssis ...	291.200,00 €
Recomposition des façades Transformation des rez commerciaux (trumeaux pour une composition verticale homogène) Elévation de toiture et rehaussement des bâtiments (retrouver une hauteur commune sur la place)	120.000,00 €
TOTAL HTVA	871.200,00 €
TVA 21 %	182.952,00 €
TOTAL TVAC	1.054.152,00 €

Rappelons que ce montant global est donné à titre indicatif, les travaux pouvant correspondre à des sommes différant fortement d'une façade à l'autre. Ces calculs doivent également tenir compte des primes aux façades de la région wallonne et des recommandations propres au périmètre d'intérêt culturel, historique ou esthétique (art.452/23).

Enfin, il s'agira de préciser les aides communales mises en place pour la mise en valeur des façades. Ce soutien prendra la forme la plus appropriée que ce soit sous forme de prêt de matériel (échafaudage), de subsides ou d'aide à la recherche et à l'information.

Les travaux concernés par la « prime à l'embellissement » en Région wallonne sont :

- la remise en état de propreté des façades et pignons, notamment :
 - le nettoyage ou le rejointoiement des maçonneries ;
 - l'application de peinture, d'enduit ou de crépi ;
 - le remplacement de bardages ou de couvertures d'ardoises naturelles ou artificielles ou de tuiles, en fonction des caractéristiques locales à maintenir ou à restituer ;
- le cas échéant, soit le nettoyage de châssis ou l'application de peinture, soit la restitution, en tout ou en partie, des châssis d'origine ;
- le percement ou l'agrandissement de baies ainsi que la restitution de baies d'origine en vue de créer ou de rétablir un ensemble de baies caractérisé par une dominante verticale ;
- la restitution ou la pose d'une toiture dont la pente et la tonalité s'harmonisent avec les caractéristiques locales à maintenir ou à restituer et qui ne comprennent ni débordements marquants ni éléments saillants ;
- la remise en état ou la restitution de murs de clôtures ou de soutènement dont la tonalité des matériaux s'harmonise avec les caractéristiques locales à maintenir ou à restituer.

5. SOURCES DE FINANCEMENT

- le SPW - DGO1 (travaux subsidiés)
- le SPW - DGO4 (aménagement opérationnel- rénovation urbaine)
- le SPW - DGO4 (énergie et bâtiment durable) pour l'éclairage public
- le Commissariat général au Tourisme

6. ANNEXE

Tableau indicatif de rénovation de façade :

	Désignation des travaux	Coût unitaire HTVA
RENOVATION		
FACADE		
Parement		100,00 € /m²
	Pose des échafaudages	
	Sablage	
	Rejointoyage	
Toiture		150,00 € /m²
Menuiserie		500,00 € /m²
<i>Valeur indicative (Menuiserie à la pièce)</i>	<i>Châssis ouvrant deux battants 1200/1500</i>	<i>1 000,00 € /pc</i>
	<i>Porte</i>	<i>1 200,00 € /pc</i>
MISE EN VALEUR		
FACADE		
Parement		60,00 € /m²
	Pose des échafaudages	35,00 € /m ²
	Nettoyage + couche hydrofuge	25,00 € /m ²
Toiture	Nettoyage et changement local de tuiles	60,00 € /m²
Menuiserie	Ponçage - suppression des craquelures - nivellement - couche de peinture ou vernis	50,00 € /m²
Fleurissement		20,00 € /m²



Le Fonds Européen de Développement Régional et la Région wallonne investissent dans votre avenir

Plan Qualité Tourisme de Nivelles – Fiches Actions

PROJET N°2

ESPACES VERTS ET FLEURISSEMENT

1. DESCRIPTION DE L'ACTION

Objectifs poursuivis :

Nivelles dispose de nombreuses poches de verdure au sein de la ville (Parc de la Dodaine, Place de l'Abreuvoir, Square Gabrielle Petit ...). Plusieurs boulevards, rues et autres espaces publics bénéficient également d'aménagements fleuris et plantations (Boulevard de la Dodaine, place de Lalieux, rue des Braseurs, rue du Géant, rue de Namur, quartier Saint-Jacques ...).

Au sein du périmètre d'investigation, les plantations présentent néanmoins un ensemble inégal ou inexistant. Les initiatives privées restent trop ponctuelles et disparates. L'effet global est encore amoindri par la présence de friche (notamment avenue Léon Jeuniaux).

La réalisation d'un « plan vert » vise, au moyen de plantations et du fleurissement, à installer un cadre harmonieux, une cohérence visuelle et un effet d'ensemble au sein de la ville. Il accentue en outre le rapport urbanistique, thématique et physique du cadre bâti avec le piéton et accentue les effets d'imprégnation.

En synthèse, l'apport de végétation au sein de l'espace public recèle plusieurs qualités:

- d'égayer les espaces ;
- de structurer l'espace public ;
- de mettre en valeur le patrimoine bâti (ruelles et bâti remarquable) ;
- d'atténuer l'effet visuel négatif de certains aménagements ;
- de constituer un réseau fleuri favorisant la déambulation ;
- de relier et diriger vers les poches de « nature en ville » (Parc de la Dodaine, Place de l'Abreuvoir, Square Gabrielle Petit ...) ;
- de coordonner les interventions publiques et les initiatives privées.

Description de l'action :

L'action de fleurissement prend idéalement appui sur une « charte de fleurissement et plantation ». Celle-ci regroupera plusieurs recommandations et références constituant une ligne de conduite générale pour l'ensemble du réseau vert à développer.

Les pistes ci-dessous sont données à titre indicatifs. Elles ne sont pas exhaustives et devront être détaillées et complétées lors de l'élaboration de la charte de fleurissement et plantation :

Les endroits-clefs où soigner les aménagements :

- fleurir les espaces publics de Nivelles : Grand-Place, trottoirs, les placettes, etc.
- égayer les ruelles pittoresques et les quartiers commerçants.

- mettre en valeur les bâtiments communaux : Hôtel de ville, Palais de justice, etc.

Les actions de sensibilisation possibles :

- un concours de façades fleuries et/ou aide à l'acquisition de plantes sont autant de pistes pour générer une dynamiques chez les propriétaires privés ;
- aider les commerçants situés sur la Grand-Place et les rues commerçantes à fleurir leur devanture (achat et location de jardinières, remise annuelle de plantes, etc) ;
- création d'un Comité de fleurissement sous la responsabilité de la Commune (service des espaces verts et service tourisme) ;
- mise en place d'un concours annuel qui récompense la façade la mieux fleurie, l'espace privé devant les maisons le mieux fleuri et aménagé, la mise en scène la plus réussie, l'espace public le mieux fleuri. Un jury composé de représentants de la commune, du village et de partenaires est mis en place. Les lauréats reçoivent un prix (ex : bon d'achat pour des plantes).

Les types d'aménagements:

- au niveau de la voirie : les bacs à fleurs suspendus (en couple avec les lampadaires), offrent une présence importante puisqu'ils se placent à hauteur du regard et encombrant peu ou pas les rues ;
- fleurissement des façades se situe principalement situés appuis de fenêtres et par système d'accroche ;
- le choix et l'agencement des fleurs seront réfléchis de façon à créer un ensemble harmonieux ;
- le caractère saisonnier et l'intégration au sein de la typologie bâtie influenceront directement sur le choix de plantes en priorité indigènes ;
- L'essence des arbres et leurs emplacements sont choisis en fonction des spécificités de l'endroit, des plantations existantes et de l'impact sur l'usager (sécrétion, feuillage, envergure ...).

Le fleurissement doit se concevoir afin de proposer un rendu esthétique tout au long de l'année :

- proposer des compositions de fleurs, d'espèces vertes (feuillages ...), de vivaces, bulbes ;
- travailler les associations en utilisant des feuillages ;
- tempérer les massifs ou au contraire égayer les compositions ternes ;
- profiter des feuillages persistants pour assurer un décor permanent ;
- utiliser les graminées de façon à alléger les massifs et apporter une touche naturelle.

Les couleurs jouent un rôle essentiel dans le résultat final :

- jouer avec l'harmonie en associant des couleurs proches entre elles ;
- tenter le contraste en associant ton chaud et ton froid ;
- opter pour le camaïeu en choisissant plusieurs nuances de la même couleur ;
- limiter les massifs à trois coloris ;
- éviter également le mélange des trois couleurs primaires (bleu, jaune, rouge).

Parmi les exemples wallons qui peuvent être cités en cette matière, on peut noter le cas de la ville de Malmedy. Le fleurissement y est si bien développé que des itinéraires pour découvrir les différents aménagements sont proposés (promenade des bruyères, promenade des jonquilles, promenade des muguets ...).

Éléments de mise en œuvre :

La proposition de l'amélioration du cadre « vert » de Nivelles repose sur deux types d'actions : le fleurissement et la plantation d'arbres :

La plantation et l'installation d'éléments fleuris permettent :

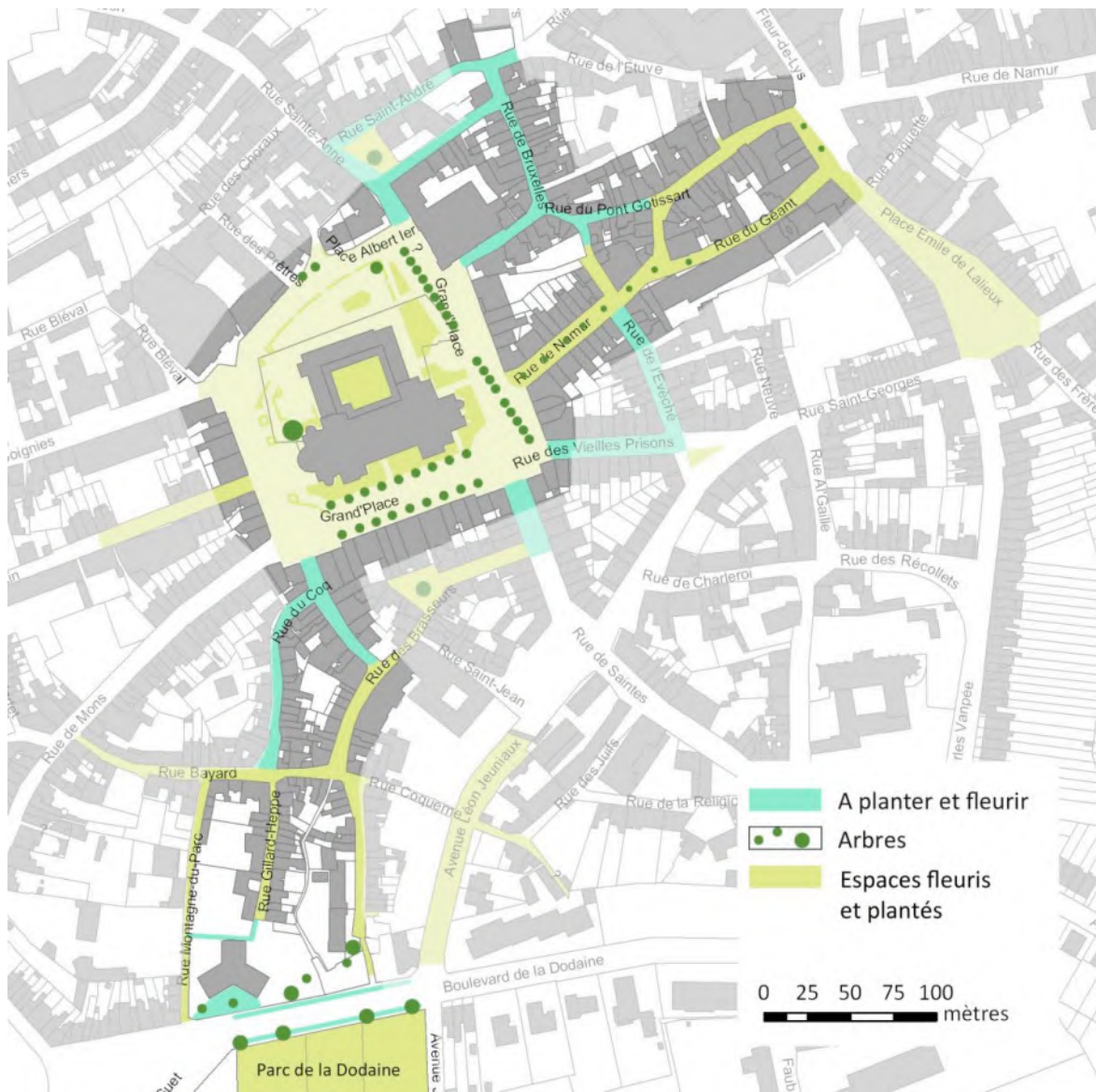
- de renforcer la chaleur du lieu par la couleur et les éléments décoratifs ;
- d'appuyer la signalétique, mettre en valeur, créer des appels visuels renforçant la lisibilité ;
- d'harmoniser l'espace public.

La plantation d'arbres apporte :

- une structuration de l'espace par ces éléments visuels et lisibles ;
- une identité et caractéristiques des espaces qu'ils occupent ;
- de l'ombre en été et offre un sentiment de protection et de chaleur au lieu ;
- des couleurs et renforce la perception des saisons (fleurs au printemps, verdure en été, couleurs d'automne) ;

Les éléments naturels et végétaux réduisent également le ruissellement (perméabilité du sol, évapotranspiration).

2. LOCALISATION DE L'ACTION



3. ILLUSTRATIONS DES AMÉNAGEMENTS

Exemples de fleurissement :



Aménagements verts privés et publics

4. MOYENS À MOBILISER

Désignation	Quantité présumée	Prix unitaire HTVA	Prix total HTVA
Mise en place des bacs fleuris et plantations	forfait		7.000,00 €
Fleurissement annuel et entretien des espaces publics	forfait	5.000,00 €	4.500,00 €
Concours façades fleuries	forfait	1.500,00 €	1.500,00 €
Charte et guide pour l'aménagement des espaces publics	forfait	5.000,00 €	5.000,00 €
		TOTAL HTVA	18.000,00 €
		TVA 21 %	3.780,00 €
		TOTAL TVAC	21.780,00 €

5. SOURCES DE FINANCEMENT

- FEDER
- le SPW - DGO3 (espaces verts)
- le Commissariat général au tourisme

7. ANNEXES



Le circuit des fleurs

La ville de Malmedy a remporté, en 1996, le concours européen de fleurissement « entente florale ». Depuis lors la décoration de la commune est devenue une tradition et les services compétents de la ville mettent un point d'honneur à garnir toutes les rues, les places, ronds-points, monuments et bâtiments d'une avalanche de fleurs. Les visiteurs sont émerveillés devant les suspensions, les bacs et les jardinières aux coloris harmonieux. Les montages floraux sont à certains endroits de véritables chefs-d'œuvre.

A l'exemple du circuit des crèches à Noël, un itinéraire pédestre emmène les amateurs à la découverte de tous les endroits de la ville particulièrement bien fleuris. L'enchantement sera à coup sûr total.

Durée du circuit +/- 1h30.

Info : 080/799.635 - rsi@malmedy.be
www.malmedy.be





Le Fonds Européen de Développement Régional et la Région wallonne investissent dans votre avenir

Plan Qualité Tourisme de Nivelles – Fiches Actions

PROJET N°3	MISE EN LUMIÈRE ET ÉCLAIRAGE
-------------------	-------------------------------------

1. DESCRIPTION DE L'ACTION

Objectifs poursuivis :

La découverte d'une ville la nuit peut être une expérience inoubliable : son patrimoine, ses dimensions, ses ambiances, se révèlent avec d'autres atouts.

La perception nocturne de Nivelles possède déjà plusieurs points forts tels que la mise en lumière de sa collégiale, des nombreuses rues éclairées ou encore du choix du type d'éclairage pensé en fonction du lieu (nouvel éclairage assorti au mobilier urbain, éclairage de type lanterne dans les ruelles anciennes ...).

L'objectif de cette action est d'achever la mise en valeur de l'hyper-centre (le rendre aussi attractif la nuit que le jour) et de conférer une image plus dynamique et plus qualitative à l'ambiance du soir.

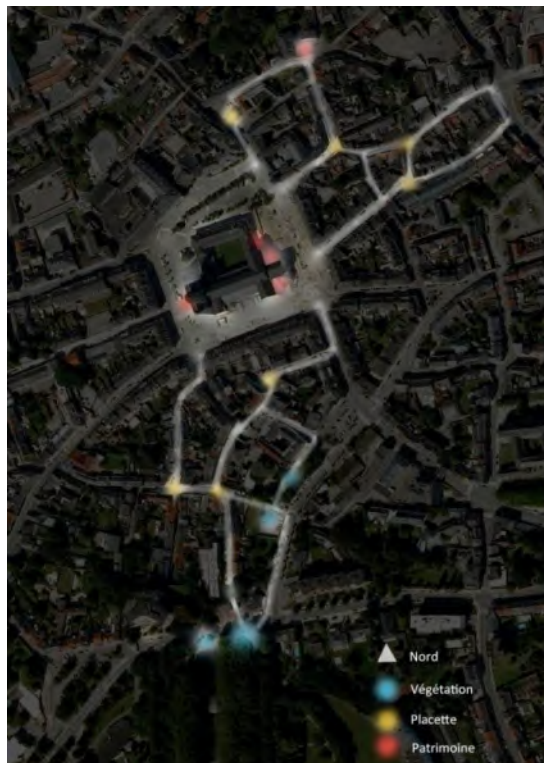
Description de l'action :

La réalisation d'un « plan lumière » poursuit plusieurs objectifs :

- mettre en valeur les bâtiments « repères », à valeur culturelle et/ou symbolique (Palais de justice, Hôtel de ville, Musée communal ...)
- homogénéiser les différents dispositifs d'éclairage;
- réfléchir l'éclairage en fonction de sa cible, respecter une certaine hiérarchie ;
- développer l'ambiance nocturne des espaces verts et minéraux (Parc de la Dodaine, placettes, quartier et ruelles ...)
- améliorer le sentiment de sécurité pour les piétons.

Le plan lumière s'appuiera sur les aménagements lumineux existants. Les installations seront coordonnées avec les autres fiches actions et travaux projetés.

2. LOCALISATION DE L'ACTION



3. ILLUSTRATIONS DES AMÉNAGEMENTS



Palais de Justice



Musée Communal

4. MOYENS À MOBILISER

La conception du « plan lumière » est estimée à 20.000,00 euro TVAC.
Le coût de la mise en lumière est impossible à estimer à ce stade.

5. SOURCES DE FINANCEMENT

Sources de financement :

- le SPW - DGO1 (travaux subsidiés)
- le SPW - DGO4 (aménagement opérationnel - rénovation urbaine)
- le Commissariat général au tourisme



Le Fonds Européen de Développement Régional et la Région wallonne investissent dans votre avenir

Plan Qualité Tourisme de Nivelles – Fiches Actions

PROJET N°4	ENSEIGNES ET MOBILIERS COMMERCIAUX
-------------------	---

1. DESCRIPTION DE L'ACTION

Objectifs poursuivis :

La vitrine et l'enseigne sont des outils communicationnels. Par elles, le commerçant peut attirer l'attention du consommateur, susciter l'intérêt, l'envie et le désir et, finalement, amener à l'acte d'achat. Elles sont le premier dialogue avec le client.

Pour stimuler un achat, il convient de créer un lien entre l'intérieur du magasin et le client qui est à l'extérieur et de lui donner envie d'entrer dans le commerce. Par conséquent, des façades et des terrasses soignées, avec des enseignes harmonieuses et des vitrines attirantes captent plus certainement les regards des visiteurs qui deviennent dès lors des clients potentiels.

Description de l'action :

Amélioration générale de la qualité visuelle des commerces de Nivelles, en l'occurrence via un embellissement des vitrines, des enseignes et des terrasses.

Éléments de mise en œuvre :

Éditer une charte communale d'équipement relative aux enseignes, aux terrasses et mobiliers commerciaux :

- Catégorie d'enseignes autorisées
- Types de mobiliers commerciaux autorisés : parasols et pare-vents
- Type de terrasses autorisées
- Détermination d'une gamme chromatique
- ***Les enseignes autorisées***
 - Quantité : le nombre d'enseignes par établissement est limité à une enseigne bandeau et une enseigne drapeau (perpendiculaire).
 - Une seule enseigne en bandeau est autorisée. Elle est située contre et parallèle à la façade disposée horizontalement dans l'espace compris entre le bord supérieur des linteaux des baies du rez-de-chaussée et le bord inférieur des

seuils des fenêtres du 1er étage ou sur l'imposte. L'enseigne est soit :

1. placée directement sur la façade : il s'agit donc d'une enseigne lettrage :
 - Le lettrage est plat ou en relief, non lumineux ;
 - Les lettres sont détachées ou d'écriture liée (pose par plots) ;
 - Le lettrage doit être centré entre les linteaux des baies du rez et les seuils des fenêtres du 1er étage.
 - Les trumeaux extérieurs ne peuvent être couverts.
 - La largeur des lettres et l'espace entre celles-ci doivent être déterminés en fonction de la hauteur choisie du lettrage et de l'harmonie de la façade.
 - Les enseignes sont composées sur une seule ligne horizontale.
 - Toutes les polices de caractère sont possibles mais une même enseigne ne peut proposer plusieurs types de caractères.
2. placée sur un panneau de fond qui se situe entre les linteaux des baies du rez et le seuil des fenêtres du premier étage. L'épaisseur du panneau est telle qu'il s'intègre dans le plan de la façade et ne déborde pas. La couleur et le matériau du panneau respectent la charte (cfr ci-après). L'enseigne est en découpe ou peinte et respecte les conditions reprises ci-avant. Le lettrage ne peut dépasser 2/3 de la hauteur du panneau.
3. un lettrage blanc sur vitre.
 - Une seule enseigne perpendiculaire à la façade fixée dans l'espace compris entre le bord supérieur des linteaux des baies du rez-de-chaussée et le bord inférieur des fenêtres du premier étage est autorisée. Un élément architectural décoratif particulier ne peut être dissimulé ou abîmé par l'enseigne, l'épaisseur de l'enseigne double-face doit être la plus minime possible et ajourée (selon le matériau), la largeur sera dictée par la situation (selon l'étroitesse de la rue, le passage des véhicules, la police, le service incendie ...).
 - Un logo ou une marque : pas de sponsor, ni publicité.
 - Les caissons lumineux sont interdits. Les enseignes lumineuses (néon) sont interdites.
 - L'éclairage des enseignes est indirect, rasant ou par l'arrière. La couleur des structures éclairantes est en harmonie avec le bâtiment et l'enseigne. Le panneau de fond n'est éclairé que sur la partie lettrée, le reste du panneau n'existant que pour être un « cache-misère ».

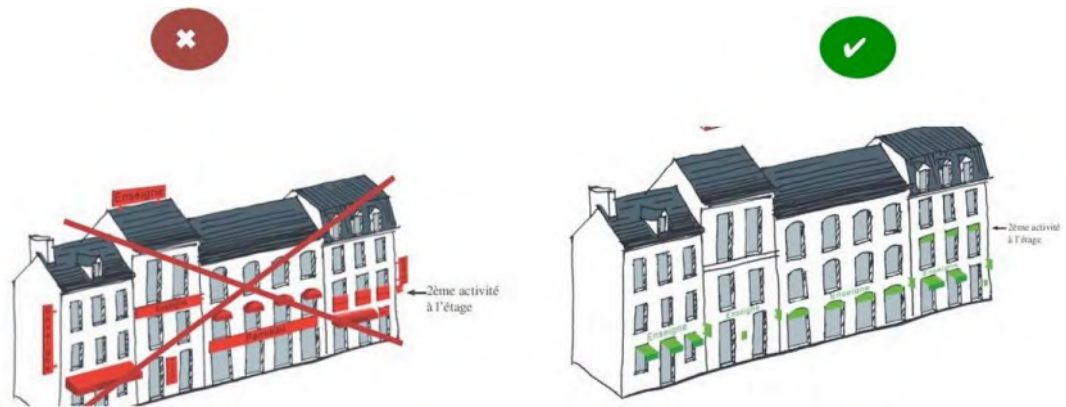
Exemples d'enseignes **non autorisées**



Exemples d'enseignes autorisées

- **Les stores et tentes solaires**

- Elles sont disposées dans l'espace compris entre le bord supérieur des linteaux des baies du rez-de-chaussée et le bord inférieur des seuils des fenêtres du 1er étage ou sur l'imposte. Elles ne débordent pas latéralement des alignements formés par les montants extérieurs des baies de l'étage et respectent la modulation de la façade. Le mécanisme est rétractable et de ton gris, le déploiement maximum de la tente sera dicté par la situation (selon l'étréoussse de la rue, le passage de véhicules, etc.). Elles ne sont pas autorisées aux étages sauf si une activité commerciale y est développée (ex : salle de restaurant).



- Pas de sponsor, ni publicité ; seul le nom de l'établissement peut apparaître.
- La toile sera en harmonie avec la façade et respectera la charte chromatique (cfr ci-après). Le ton est uni. Les motifs ne sont pas autorisés.

Exemples de stores non autorisés



Exemples de stores autorisés**• Les terrasses**

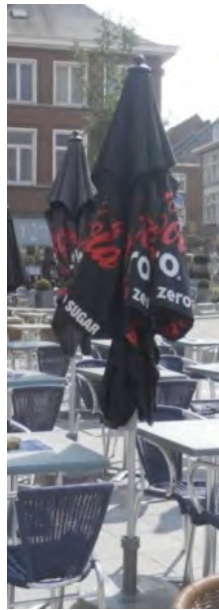
- Le mobilier sera choisi afin d'être en harmonie avec la devanture mais également en harmonie avec l'ensemble des mobiliers présents dans l'espace public.
- Les responsables d'établissement devront choisir leur mobilier de terrasse dans la gamme proposée dans le cadre du règlement.
- Les tables et chaises entièrement en matière plastique sont interdites. Les tables et les chaises sont de bonne qualité, en aluminium, bois ou métal. Le mobilier de style contemporain est privilégié.



- Un seul type de tables, chaises et parasol est autorisé par établissement.
- Le mobilier (chaises, tables, parasols, contrevents, chevalets, ...) n'est en aucun cas support ou porteur de publicité, qu'elle soit incrustée ou appliquée. Par publicité, on entend toute mention profitant à des tiers (c'est-à-dire autre que la mention de l'activité qui s'exerce dans l'établissement) telle que l'indication d'une marque ou de leurs produits.
- Le chevalet autorisé est un dispositif simplement posé sur le sol, à simple ou double face, destiné à supporter une enseigne ou une information (spécialités de la maison, menus, prix, promotion) à l'exclusion de toute publicité. Un seul chevalet est autorisé par établissement. Il est en bois ou en métal. Leur hauteur est limitée à 1,50 m et leur largeur à 0,70 m. La surface au sol est inférieure à 0,60 m². Le placement de chevalets en dehors d'une zone de terrasse est interdit.

Exemples de mobiliers de terrasses **non autorisés**





Exemples de mobiliers de terrasses autorisés





- **Les matériaux et les couleurs**

- le choix des matériaux utilisés pour la réalisation de la devanture commerciale et de l'enseigne doit être en harmonie avec celui de la façade.
 - Devanture en briques : on privilégie le métal laqué ou le bois peint
 - Devanture en pierre : on privilégie le métal laqué, la pierre ou le verre.
- les couleurs pour l'enseigne et les mobiliers de terrasses sont sobres et mates :
 - Pantone 5395
 - Pantone 418
 - Pantone 4695
 - Pantone 5575
 - Pantone 155



2. LOCALISATION DE L'ACTION



Les établissements concernés par cette action :

L'ensemble des établissements commerciaux situés dans le périmètre touristique sont concernés à terme par cette action. Toutefois, l'action doit être menée de manière prioritaire au niveau du périmètre de la Grand'Place.



- Priorité 1
- Priorité 2

3. ILLUSTRATIONS DES AMÉNAGEMENTS

En ce qui concerne l'espace de priorité 1, l'action concernera les établissements suivants :



- Nouvelle enseigne ou suppression d'éléments (pub, éclairages,...)
- Uniformisation terrasse
- Mobiliers : stores, affichages



- Nouvelle enseigne ou suppression d'éléments (pub, éclairages,...)
- Uniformisation terrasse
- Mobiliers : stores, affichages





- Nouvelle enseigne ou suppression d'éléments (pub, éclairages,...)
- Uniformisation terrasse
- Mobilier : stores, affichages

4. MOYENS À MOBILISER

Désignation	Quantité présumée	Prix unitaire HTVA (€)	Prix total HTVA (€)
Espace priorité 1			
Fourniture et pose d'enseigne	38	7.500,00	285.000,00
Fourniture et pose de stores	19	3.000,00	57.000,00
Mobiliers et terrasses	15	10.000,00	150.000,00
		TOTAL HTVA	492.000,00
		TVA 21 %	103.320,00
		TOTAL TVAC	595.320,00

Désignation	Quantité présumée	Prix unitaire HTVA (€)	Prix total HTVA (€)
Espace priorité 2			
Fourniture et pose d'enseignes	80	7.500,00	600.000,00
Fourniture et pose de stores	15	3.000,00	45.000,00
Mobiliers et terrasses	8	10.000,00	80.000,00
		TOTAL HTVA	725.000,00
		TVA 21 %	152.250,00
		TOTAL TVA	877.250,00

5. SOURCES DE FINANCEMENT



Le Fonds Européen de Développement Régional et la Région wallonne investissent dans votre avenir

Plan Qualité Tourisme de Nivelles – Fiches Actions

PROJET N°5

AMÉNAGEMENT D'UN ITINÉRAIRE PIÉTON ENTRE LE PARC ET LA GRAND'PLACE

1. DESCRIPTION DE L'ACTION

Objectifs poursuivis :

Nivelles compte deux espaces publics majeurs : la Grand'Place et le parc de la Dodaine. Néanmoins, il n'existe pas de liaison piétonne évidente et agréable entre ces deux pôles.

Cette action va donc concrétiser en partie l'objectif qui consiste à « mieux diriger les piétons et automobilistes afin de préserver un centre convivial et de mettre en réseau les espaces publics et points d'intérêt touristique ».

Description de l'action :

L'action consiste à créer un itinéraire piéton agréable entre le centre-ville et le parc, permettant la découverte du quartier Saint-Jacques.

L'aménagement tiendra compte de plusieurs éléments :

- la continuité et la lisibilité de l'itinéraire ;
- la sécurité du piéton (traversée des axes de circulation, éclairage ...) ;
- le balisage du parcours ;
- la convivialité et l'agréabilité des quartiers traversés.

Éléments de mise en œuvre :

Les points de départ de l'itinéraire sont situés sur la Grand'Place à deux endroits, à savoir les angles Sud-ouest et Sud-est, afin d'attirer les visiteurs sortant de la Collégiale et du quartier commerçant.

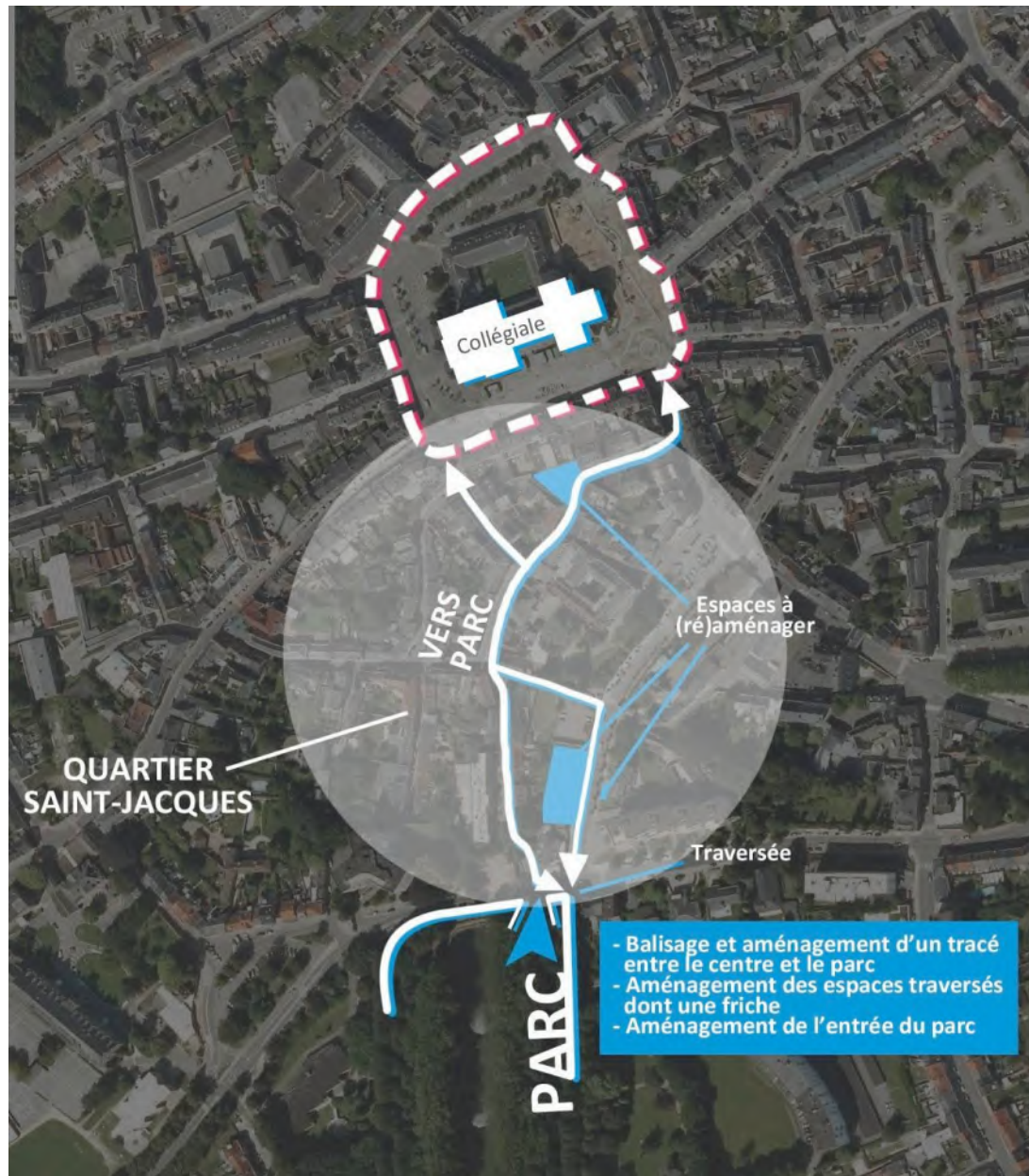
L'itinéraire empruntera soit la rue de Saintes, soit la rue Sainte-Gertrude pour se rejoindre à la rue des Brasseurs et continuer ensuite par la rue Bayard, la rue Wichet et l'escalier de la rue Wichet débouchant sur le boulevard de la Dodaine au niveau du parc.

Les rues traversant le quartier Saint-Jacques sont déjà en partie rénovées et aménagées en « espaces partagés » (voiries pavés, trottoirs au même niveau que la voirie). Trois interventions plus conséquentes sont à prévoir pour valoriser l'itinéraire : la mise en valeur de l'escalier de la rue Wichet, la sécurisation de la traversée du boulevard de la Dodaine et la valorisation de l'entrée du

parc.

Ces aménagements sont illustrés au point 3 ci-après.

2. LOCALISATION DE L'ACTION



3. ILLUSTRATIONS DES AMÉNAGEMENTS



Aménagement du carrefour entre l'avenue Jeuniaux et le Boulevard de la Dodaine ainsi que de l'entrée du parc (JNC AWP)



Aménagement du Boulevard de la Dodaine et de l'entrée du parc (JNC AWP)



Aménagement de l'escalier de la rue du Wichet (JNC AWP)

4. MOYENS À MOBILISER

Désignation	Quantité présumée	Prix unitaire HTVA	Prix total HTVA
Aménagement de l'entrée du parc et du carrefour Jeuniaux-Dodaine (revêtement, plantation, éclairage, mobilier,...)	2.500 m ²	130 €/m ²	325.000 €
Aménagement de l'escalier rue du Wichet (rénovation de l'escalier, aménagement de l'esplanade au pied de l'escalier, élagage de la végétation, éclairage,...)	500 m ²	30 €/m ²	15.000 €
Balisage de l'itinéraire (selon la charte graphique à l'étude)	9 pc	750 €/pc	6.750 €
Frais d'étude (architecte, paysagiste,...)	8 %		27.740 €
TOTAL HT A			721.240 €
TVA 21 %			151.460 €
TOTAL TVAC			872.700 €

5. SOURCES DE FINANCEMENT

- le SPW - DGO1 (Direction des routes du Brabant wallon)
- le SPW - DGO4 (aménagement opérationnel - rénovation urbaine)
- le Commissariat général au tourisme



Le Fonds Européen de Développement Régional et la Région wallonne investissent dans votre avenir

Plan Qualité Tourisme de Nivelles – Fiches Actions

PROJET N°6	RENFORCEMENT DE LA POLITIQUE DE STATIONNEMENT EN AMÉLIORANT L'INFORMATION ET LA SIGNALÉTIQUE
-------------------	---

1. DESCRIPTION DE L'ACTION

Objectifs poursuivis :

Depuis 2008, la Ville de Nivelles a mis en place une politique de stationnement visant à favoriser l'usage des parkings en périphérie du centre-ville pour les usagers de longue durée et réserver le centre-ville pour le stationnement de courte durée. Elle a donc mis en place une stratégie à trois niveaux :

- une zone de stationnement payante dans l'hyper centre (à proximité de la Grand'Place et du quartier commerçant) ;
- une zone bleue pour l'ensemble de l'intra muros et des quartiers entre le centre et la gare ;
- des parkings gratuits en périphérie du centre (moins de 10 minutes à pied) avec des possibilités de liaison en navettes gratuite vers le centre.

Le diagnostic a mis en évidence deux principaux freins au bon fonctionnement de cette stratégie :

- le manque de mise en valeur des itinéraires piétons entre les parkings périphériques et le centre qui sera traité dans la fiche action suivante (projet n°7) ;
- le peu d'information et de signalisation claire permettant de faire connaître le système de navettes gratuites, aujourd'hui sous utilisées.

Description de l'action :

L'action vise à mieux informer de la présence des parkings gratuits et du service de navettes permettant de rallier le centre-ville, notamment depuis les parkings périphériques.

En effet, la navette est aujourd'hui fréquentée par un nombre croissant de personnes (entre 900 et 1.100 voyageurs par semaine en 2010) dont principalement des étudiants des écoles du centre, des personnes plus âgées et certains habitants du centre-ville. Elle n'est cependant pas encore beaucoup utilisée par les navetteurs travaillant dans le centre qui pourraient laisser leur voiture dans les parkings périphériques.

Éléments de mise en œuvre :

La connaissance des parkings périphériques et du système de navettes gratuites peut être largement améliorée par les éléments de signalétique suivants :

- installer des panneaux signalant la présence de parking gratuit dès l'entrée dans l'agglomération et un fléchage adéquat vers ceux-ci. Ces panneaux sont déjà prévus dans l'étude de la signalétique de la ville :

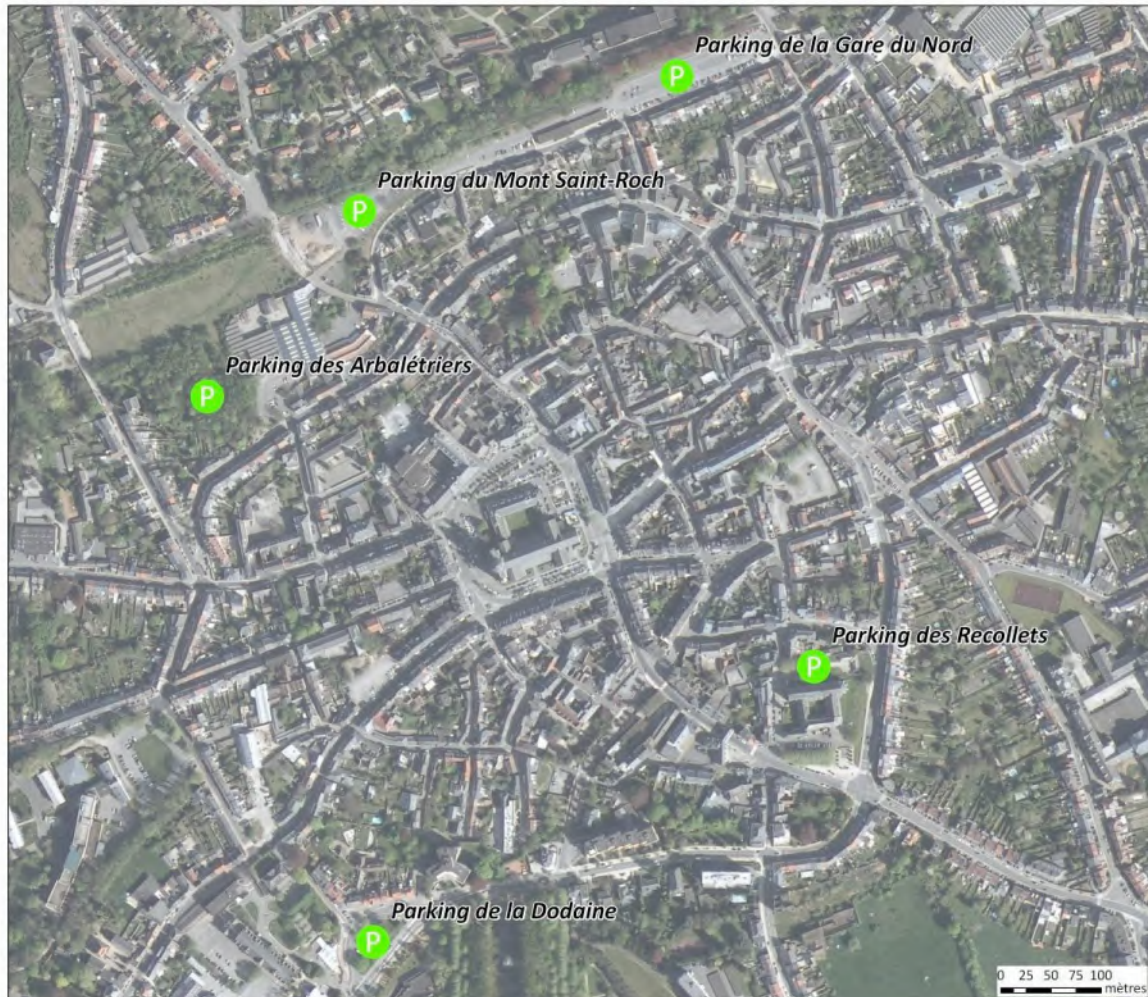


- mettre en place des totems permanents permettant de localiser l'endroit précis où la navette gratuite fait un arrêt. Ces totems devront contenir les informations nécessaires aux déplacements des usagers (horaires aller et retour, parcours, arrêts possibles en centre-ville ...) et prévoir un système permettant de signaler les modifications d'horaires et de circuits en cas de travaux ou de manifestations particulières ;
- prévoir un fléchage et des itinéraires adaptés pour les piétons voulant se rendre vers le centre (Grand'Place, commerces, office du tourisme ...) depuis les parkings et inversement. Cette action sera détaillée dans la fiche suivante (projet n°7).

Le deuxième élément permettant de renforcer cette politique de stationnement est l'information de l'existence de ces parkings et navettes auprès de tous les utilisateurs potentiels. Cette campagne d'information doit notamment se faire dans les commerces, les écoles, le centre sportif, lors de manifestations dans le centre ville ...

2. LOCALISATION DE L'ACTION

Ces arrêts « navette gratuite » devrait prioritairement être installés sur les principaux parkings périphériques localisés sur la carte ci-dessous et pourrait être ensuite étendu à tous les arrêts.



Cette action pourra, dans un second temps, s'étendre à l'ensemble des parkings et des arrêts de la navette existants.

3. ILLUSTRATIONS DES AMÉNAGEMENTS

Exemples de totem signalant les arrêts de bus ou navettes en agglomération :



Grenoble

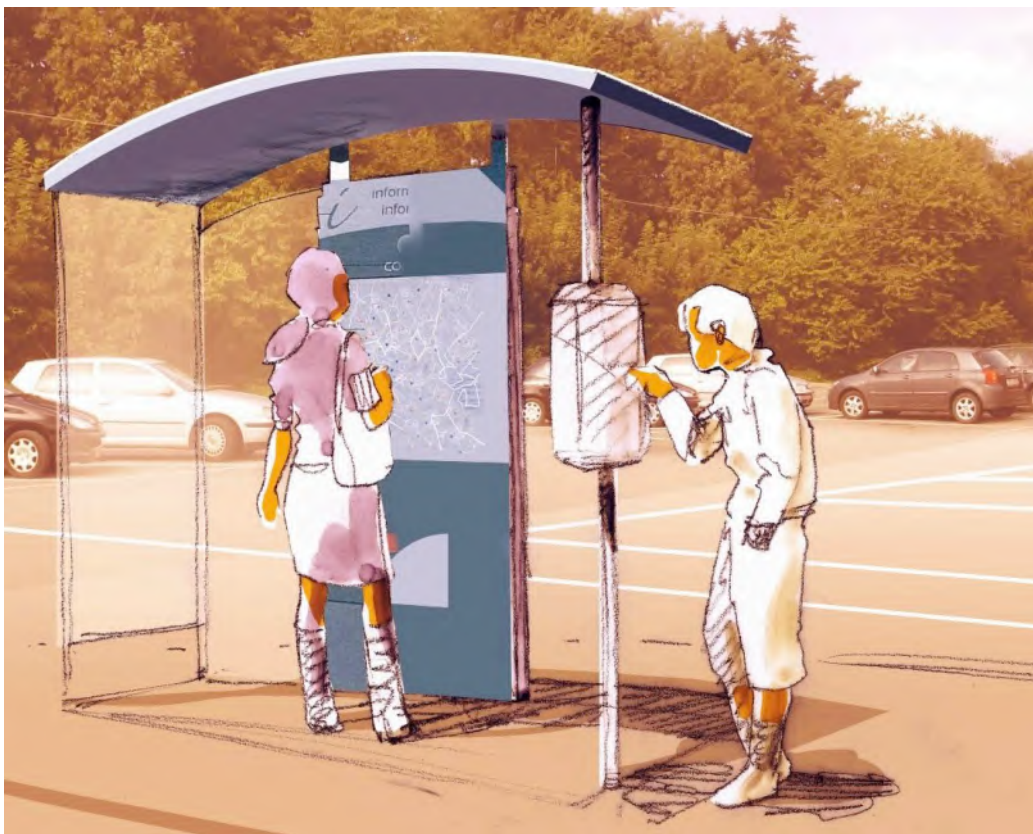


Limoges



Angers

Proposition d'un arrêt « navette gratuite » pour les parkings périphériques de Nivelles :



JNC AWP

4. MOYENS À MOBILISER

Désignation	Quantité présumée	Prix unitaire HTVA	Prix total HTVA
Conception des « totems »	forfait		3.000,00 €
Réalisation et pose	5	5.000,00 €	25.000, 00 €
		TOTAL HTVA	28.000,00 €
		TVA 21 %	5.880,00 €
		TOTAL TVAC	33.880,00 €

5. SOURCES DE FINANCEMENT

la Province du Brabant wallon
le Commissariat général au Tourisme



Le Fonds Européen de Développement Régional et la Région wallonne investissent dans votre avenir

Plan Qualité Tourisme de Nivelles – Fiches Actions

PROJET N°7

AMÉNAGEMENT D'ITINÉRAIRES PIÉTONS ENTRE LES PARKINGS PÉRIPHÉRIQUES
ET LE CENTRE-VILLE

1. DESCRIPTION DE L'ACTION

Objectifs poursuivis :

Comme présenté dans la fiche précédente, Nivelles a mis en place une politique de stationnement visant à favoriser l'usage des parkings en périphérie du centre-ville pour les usagers de longue durée et ainsi redonner plus de place aux piétons dans le centre-ville.

Le diagnostic a mis en évidence deux principaux freins au bon fonctionnement de cette stratégie :

- le manque de mise en valeur des itinéraires piétons entre les parkings périphériques et le centre ;
- le peu d'information et de signalisation claire permettant de faire connaître le système de navettes gratuites, aujourd'hui sous utilisées (voir fiche précédente - projet n°6).

La présente fiches-actions répond donc également à l'objectif de « mieux diriger les piétons et automobilistes afin de préserver un centre convivial et de mettre en réseau les espaces publics et points d'intérêt touristique ».

Description de l'action :

En lien avec le cluster touristique, trois parkings nous semblent plus intéressants de part leur proximité au centre et leur capacité d'accueil. Trois itinéraires seraient donc à aménager prioritairement :

- l'itinéraire entre le parking « de Lalieux » (100 places en zone bleue) et le centre en privilégiant la continuité de la rue de Namur dans sa traversée du boulevard Fleur de Lys ;
- l'itinéraire entre les parkings Saint-Roch/Sotriamont et le centre ;
- l'itinéraire entre le parking de la Dodaine et le centre qui sera traité séparément dans la fiche-action n°5 étant donné qu'il correspond à l'itinéraire entre la Grand'Place et le parc.

L'action consiste donc, pour les deux premiers itinéraires, à :

- aménager des itinéraires continus et confortables entre ces parkings et le centre ;
- sécuriser les traversées piétonnes au niveau des boulevards périphériques ;
- mettre en place un fléchage adapté en concordance avec l'étude de signalétique en cours.

Eléments de mise en œuvre :

Pour chacun des deux parkings, deux itinéraires sont possibles pour rejoindre le centre ou les commerces de la rue de Namur. Ceux-ci sont cartographiés au point suivant.

Pour l'ensemble de ces parcours, un fléchage adapté au piéton sera mis en place dans les deux sens de circulation en mentionnant les spécificités touristiques et les lieux d'intérêt (commerces, horeca, Collégiale, musée, parking ...). Ce fléchage respectera la charte établie dans le projet de signalétique.

Ces itinéraires traversent à plusieurs endroits les boulevards périphériques où il est nécessaire de sécuriser les traversées. Deux sont plus problématiques :

- entre le boulevard de la Fleur de Lys et le Faubourg de Bruxelles : un aménagement sera fait en vue d'assurer la continuité de l'itinéraire piéton de part et d'autre de la voirie. Un feu de signalisation est également prévu dans le Plan communal de mobilité et intégré dans l'aménagement ;
- entre le boulevard de la Fleur de Lys et la rue de Namur : l'aménagement prévoit une continuité de l'itinéraire entre les deux parties de la rue de Namur et entre la rue du Géant et la Place de Lalieux.

Vues actuelles des deux carrefours mentionnés :

Carrefour entre la rue de Namur et le boulevard de la Fleur de Lys (JNC AWP)



Carrefour entre le Faubourg de Bruxelles et le boulevard de la Fleur de Lys (JNC AWP)

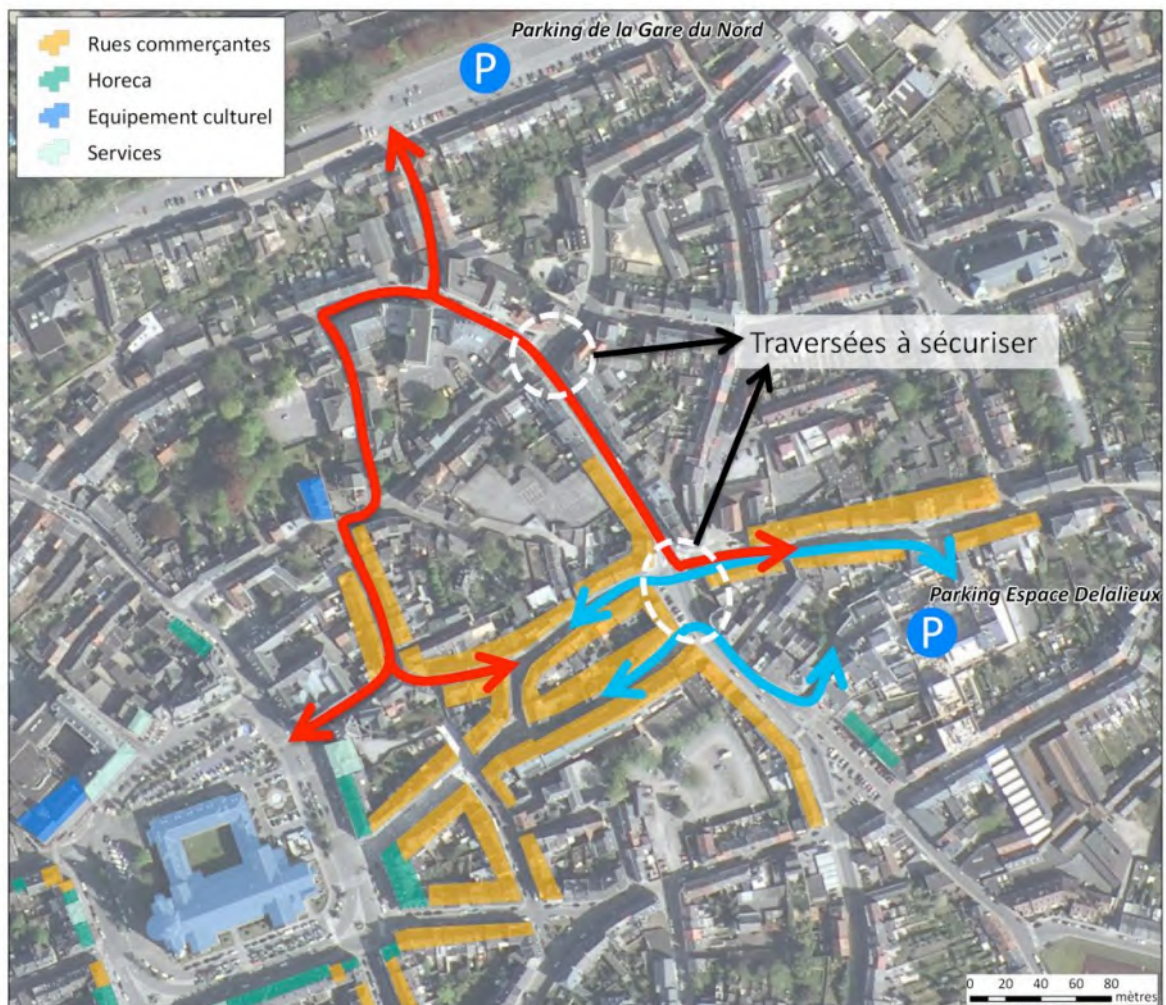
Les aménagements proposés sont illustrés au point 3 de la présente fiche.

2. LOCALISATION DE L'ACTION

Les itinéraires vers le centre et les commerces depuis les parkings sont repris ci-dessous :

- en rouge pour le parking Saint-Roch ;
- en bleu pour le parking Delalieux.

Deux traversées sont à sécuriser prioritairement (en blanc sur la carte).



3. ILLUSTRATIONS DES AMÉNAGEMENTS

Aménagement du carrefour entre le boulevard de la Fleur de Lys et le Faubourg de Bruxelles :



Aménagement du carrefour entre le boulevard de la Fleur de Lys et la rue de Namur :



Vue existante et projetée du carrefour entre le boulevard de la Fleur de Lys et la rue de Namur



4. MOYENS À MOBILISER

Désignation	Quantité présumée	Prix unitaire HTVA	Prix total HTVA
Aménagement du carrefour entre le bd Fleur de Lys et le Faubourg de Bruxelles (revêtement, plantation, éclairage, mobilier,...) Hors feu de signalisation	1.000 m ²	130 €/m ²	130.000 €
Aménagement du carrefour entre le bd Fleur de Lys et la rue de Namur (revêtement, plantation, éclairage, mobilier,...)	2.000 m ²	130 €/m ²	260.000 €
Balilage de l'itinéraire (selon la charte graphique à l'étude)	16 pc	750 €/pc	12.000 €
Frais d'étude (architecte, paysagiste, ...)	8 %		32.160 €
TOTAL HT A			836.160 €
TVA 21 %			175.594 €
TOTAL TVAC			1.011.754 €

5. SOURCES DE FINANCEMENT

- le SPW - DGO1 (Direction des routes du Brabant wallon)
- le SPW - DGO4 (aménagement opérationnel - rénovation urbaine)
- le Commissariat général au tourisme



Le Fonds Européen de Développement Régional et la Région wallonne investissent dans votre avenir

Plan Qualité Tourisme de Nivelles – Fiches Actions

PROJET N°8

CONCENTRATION DES SERVICES TOURISTIQUES À PROXIMITÉ DE LA COLLÉGIALE

1. DESCRIPTION DE L'ACTION

Objectifs poursuivis :

Actuellement, le musée et le bureau d'accueil touristique sont excentrés, sans contact visuel avec la collégiale, attrait principal du centre ville. Le bureau d'accueil et d'information touristique se doit d'avoir une visibilité au sein du pôle touristique. Le visiteur doit pouvoir repérer rapidement les lieux et s'y rendre aisément. De plus, le bureau d'accueil doit être le lieu de départ de toute une série d'activités telles que les visites de la ville. A ce jour, ces caractéristiques ne sont pas remplies par le bureau d'accueil de Nivelles. Il en est de même du musée communal d'archéologie, d'art et d'histoire de Nivelles : éloigné du centre, mal indiqué, sans lien direct avec le principal site patrimonial de la Ville.

L'objectif de cette action est donc de renforcer la visibilité de ces services touristiques en les replaçant à proximité du cœur de la Ville.

Description de l'action :

Développement d'un pôle d'accueil et d'information au cœur du périmètre touristique de Nivelles.

Éléments de mise en œuvre :

Le Bureau d'accueil et d'information (action à MT/LT)

- A court terme, installation du bureau d'accueil dans le bâtiment de l'Hôtel de Ville (ou un autre bâtiment sur la Grand'Place (voir localisation de l'action) – espaces qui sont en lien direct avec la Collégiale et le Cloître
- Aménager l'espace afin de proposer :
 - o un espace ouvert et agréable
 - o un espace avec un vaste comptoir d'accueil et d'information où se trouve la plupart des informations :
 - éviter les multitudes de présentoirs, de tables avec de la documentation
 - rationaliser ce qui est disponible librement et ce qui est distribué par le personnel avec des explications personnalisées.

- un espace où l'on retrouve les débuts de la scénographie de la Collégiale (cfr fiche 10) et une mise en valeur d'objets archéologiques.
- Un espace qui se veut être :
 - un lien physique et scénographique avec la Collégiale
 - un lien avec le Musée
 - un lieu de départ des visites guidées, NTIC, balades balisées, ...
- A long terme, déménagement de l'ensemble des bureaux administratifs de la maison du tourisme et de l'office du tourisme à proximité du bureau d'accueil et de la Collégiale.

Le Musée (action à MT/LT)

- Dans un premier temps, il peut être intéressant d'intégrer des pièces des collections archéologiques du Musée au sein de la scénographie du cloître et de la Collégiale. Cette intégration permettrait de valoriser des pièces qui sont directement liées au cœur de ville et à la Collégiale, de dégager de l'espace au sein du Musée et de créer un lien entre les deux sites (si le visiteur souhaite découvrir davantage, il est invité à se rendre au Musée).
- Dans un second temps, l'ensemble du Musée pourrait être transféré à proximité immédiate de la Collégiale et du bureau d'accueil. Ce déménagement doit se faire en fonction des opportunités qui se présentent. Ainsi, en cas de déménagement de l'hôtel de ville, l'installation du Musée pourrait y être envisagée. Ce déménagement doit être envisagé comme une opportunité de redynamiser le Musée mais pas comme un projet touristique ou culturel d'envergure (faisabilité économique de ce type de projet très faible).

2. LOCALISATION DE L'ACTION

Le bureau d'accueil touristique et le musée devront être installés sur la Grand'Place au cœur du cluster touristique.



A court terme, un bureau d'accueil touristique pourrait être installée dans l'entrée du cloître, actuellement innocupé.



A long terme, les potentialités à ce stade sont les quatres bâtiments suivants :



L'hôtel de Ville



Le Waux-Hall²



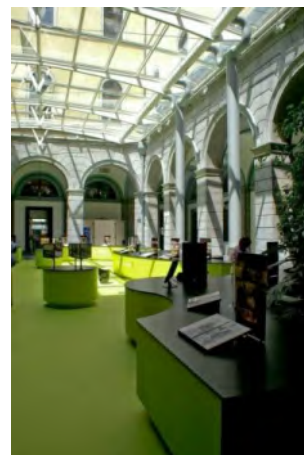
Le Palais de Justice



La Poste

² Etant donné que le Waux-Hall est déjà une salle culturelle et que son gabarit a été identifié comme trop bas dans la fiche n°1 (revalorisation des façades de la Grand'Place), cette action pourrait être l'occasion de confirmer le rôle de ce bâtiment et d'en faire un véritable pôle culturel (moyennant un rehaussement).

3. ILLUSTRATIONS DES AMÉNAGEMENTS



Exemples d'aménagement de bureau d'accueil

4. MOYENS À MOBILISER

Désignation	Quantité présumée	Prix unitaire HTVA	Prix total HTVA
TOTAL HTVA			
TVA 21 %			
TOTAL TVAC			

5. SOURCES DE FINANCEMENT



Le Fonds Européen de Développement Régional et la Région wallonne investissent dans votre avenir

Plan Qualité Tourisme de Nivelles – Fiches Actions

PROJET N°9	CRÉATION D'UN HÔTEL DE CARACTÈRE DANS LE CENTRE-VILLE
-------------------	--

1. DESCRIPTION DE L'ACTION

Objectifs poursuivis :

Un des constats posé dans le cadre du diagnostic était l'absence d'une offre hôtelière dans le pôle touristique de Nivelles. Hormis la présence de quelques chambres d'hôtes dans son centre, Nivelles dispose essentiellement d'une offre d'hébergements touristiques périphérique.

Afin de pouvoir proposer une offre hôtelière au centre ville et complémentaire à l'offre existante, il conviendrait que la Ville de Nivelles développe une action destinée à, d'une part étudier la faisabilité économique et technique de ce projet et ensuite développer les conditions propices à de tels investissements privés.

Description de l'action :

Soutenir la création d'un hôtel de caractère d'une trentaine de chambres dans le périmètre touristique de Nivelles.

Eléments de mise en œuvre :

Le concept hôtelier à étudier :

Comme précisé ci-avant, l'offre actuelle a les caractéristiques suivantes :

- située en périphérie de Nivelles
- capacité assez grande (1 hôtel propose 115 chambres)
- orientée vers le tourisme d'affaires, les séminaires ...

La présente action doit permettre de soutenir la création d'un hôtel qui est complémentaire à l'offre existante :

- situé au cœur de Nivelles ;
- hôtel de caractère qui joue la carte du confort, de la décoration, du design voir d'une démarche artistique dans la décoration ;
- qui s'inscrit dans le cadre d'un projet de valorisation patrimoniale (cfr ci-après) ;
- qui s'adresse tant au tourisme d'affaires, qu'au tourisme au sens large (proximité Aéroport de Gosselies, Waterloo, Bruxelles ...).

Plusieurs concepts en termes de produits peuvent être étudiés :

- concept « Adagio ou Aparthotels » : l'établissement hôtelier propose des espaces équipés comme des studios. Chaque appartement est prêt à vivre : cuisine entièrement équipée (vaisselle et ustensiles de cuisine, plaques vitrocéramiques ou électriques, lave-vaisselle, four micro-ondes, réfrigérateur ...) ; salle de bains avec baignoire ou douche ; télévision écran plat avec chaînes internationales ; téléphone avec ligne directe ; coffre-fort individuel ; climatisation ; WIFI ou Internet haut-débit ... Le client bénéficie toujours de services hôteliers : accueil, repas, ménage, parking ...



- Concept « hôtel-boutique ou hôtel Lifestyle ». Créé dans les années 1990, l'hôtel boutique avait pour objectif de contrer la standardisation de l'offre hôtelière. Ainsi, l'hôtel boutique se veut :
 - d'un style urbain ;
 - d'architecture et de design sophistiqués et différenciés, souvent signés par un créateur ;
 - d'une capacité d'accueil limitée ;
 - un service personnalisé ;
 - d'un positionnement généralement haut de gamme.

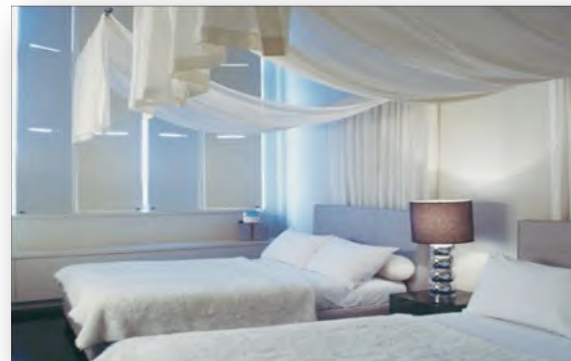
Aujourd'hui, ce concept a évolué pour devenir Lifestyle. Ces hôtels misent sur la qualité du produit et de l'accueil et sur l'originalité des chambres. Les principes poursuivis par ce type d'hôtels sont :

- valoriser les sens : la vue (éclairage, décoration, œuvres d'art), l'ouïe (musique d'ambiance ou silence dans certaines aires), l'odorat (spa, décorations florales), le goût (restaurants et bars au menu inventif, authentique et bio) et le toucher (textures, matériaux).
- Intégrer les technologies dans les services : en plus de l'Internet sans fil dans tout l'établissement, on trouve aussi des ordinateurs libres-services, des téléviseurs à écran plat, consoles MP3, consoles de jeu et lecteurs DVD qui se côtoient.
- Service convivial. Les contacts avec le personnel se veulent plus décontractés et davantage en mode « conseil » que « vente ». Les comptoirs d'accueil sont ouverts et conviviaux, et l'automatisation de certaines fonctions permet au personnel de

consacrer davantage de temps à l'accueil, à l'orientation et aux conseils personnalisés.

- Facilité et accessibilité. La commodité est au cœur du concept de l'hôtel lifestyle. Cela passe par des formalités d'arrivée et de départ simplifiées, comme à l'hôtel Andaz de Londres où l'enregistrement s'effectue à l'aide d'ordinateurs de poche, mais aussi par l'accessibilité de la restauration. Ainsi, dans les Hyatt Place, on propose une cuisine familiale qu'il est possible de commander de sa chambre par un écran tactile. La polyvalence et la flexibilité du personnel accentuent cette impression de facilité et de fluidité qui se dégage de l'hôtel lifestyle.
- Services multiples. Les services additionnels sont variés et attrayants afin d'offrir une expérience globale: salles de réunion ultramodernes, spa, boutique, etc. On peut aussi y trouver des services inhabituels comme la location de vélo, de scooter ou de Smart, le gardiennage, des forfaits pour les animaux ...





De même au niveau de la mise en œuvre de l'investissement, le principe de Invest Hotel Scheme pourrait également être étudié. Chaque chambre de l'hôtel est mise en vente selon une formule qui permet à l'acheteur de profiter du lieu (nombre défini de nuitées par an) tout en bénéficiant de retours sur investissements et d'autres avantages tels que la récupération de la TVA (21%), l'exonération des revenus locatifs, la facilité de financement ... La chambre est gérée par l'investisseur / hôtelier de manière « traditionnelle ».

La mise en œuvre de cette action est à organiser en partenariat avec le CITW (Centre d'ingénierie touristique wallon) : appel à cabinet d'études, suivi et coordination avec la Ville de l'étude, recherches d'investisseurs.

2. LOCALISATION DE L'ACTION

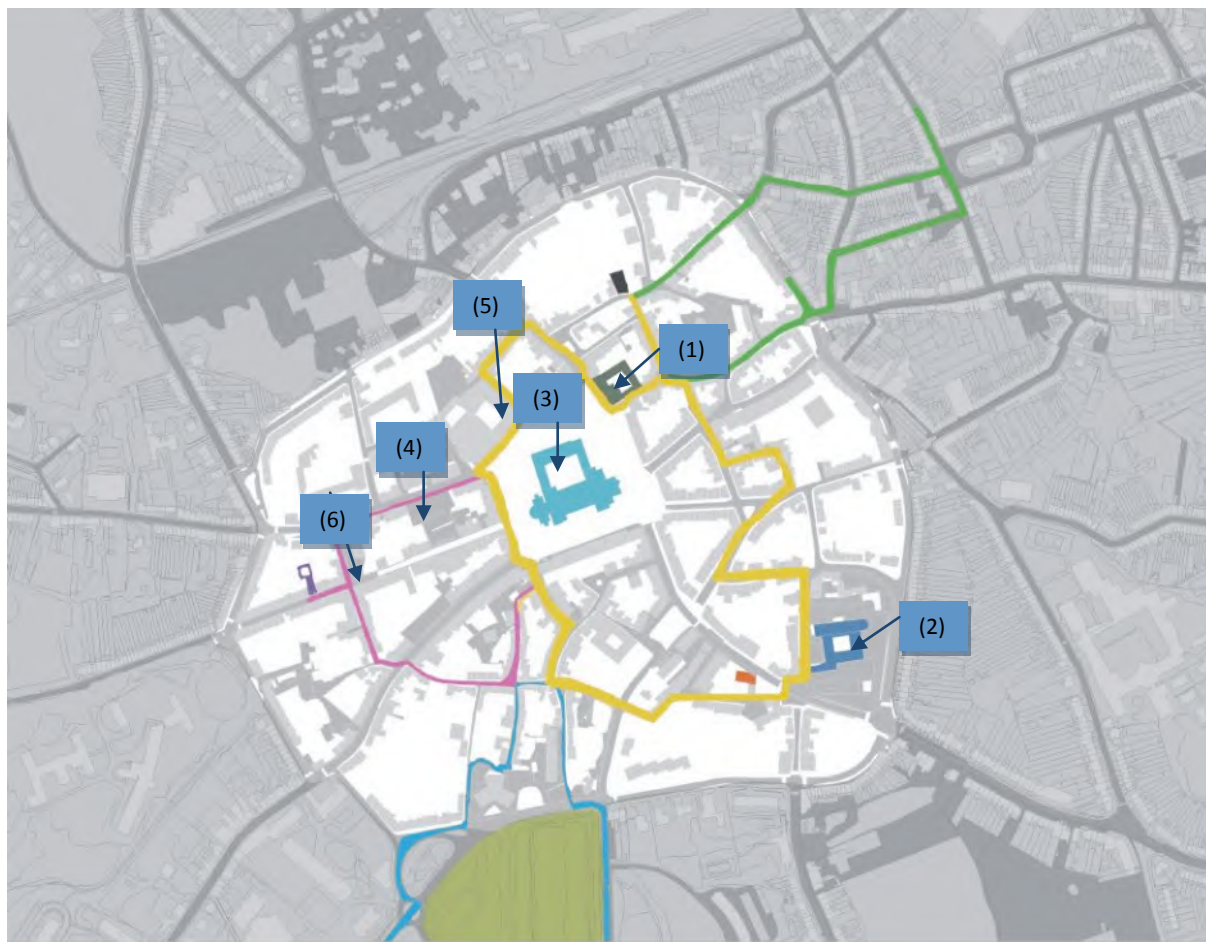
La création d'un nouvel hôtel dans le centre de Nivelles devrait être l'occasion de revitaliser, de redynamiser un espace bâti existant. A ce stade de la réflexion, plusieurs endroits et bâtiments semblent être intéressants à intégrer dans la réflexion comme site potentiel pour accueillir ce projet hôtelier (les numéros sont repris sur la carte ci-après) :

- le Palais de Justice (1)
- les Récollets (2)
- l'hôtel de ville (3)
- l'ancien hôtel de Rifflart (rue de Soignies) (4)
- la poste (5)
- le lycée Seutin (6)



Le tableau ci-après reprend les surfaces au sol de chaque bâtiment. Une estimation plus précise de la surface potentiellement aménageable sera réalisée dans le courant du mois de février.

Bâtiments	Surfaces estimées
▪ Le Palais de Justice	+/-2.000 m ²
▪ Les Récollets	+/-800 m ²
▪ L'hôtel de ville	+/-1.000 m ²
▪ L'ancien hôtel de Rifflart (rue de Soignies)	+/-700m ²
▪ La poste	+/- 1.000 m ²
▪ Le lycée Seutin	+/- 900 m ²



3. MOYENS À MOBILISER

Désignation	Quantité présumée	Prix unitaire HTVA	Prix total HTVA
Etude de faisabilité	1	20.000,00 €	20.000,00 €
		TOTAL HTVA	20.000,00 €
		TVA 21 %	4.200,00 €
		TOTAL TVAC	24.200,00 €

4. SOURCES DE FINANCEMENT

- le Centre d'Ingénierie Touristique de Wallonie
- le Commissariat Général au Tourisme



Le Fonds Européen de Développement Régional et la Région wallonne investissent dans votre avenir

Plan Qualité Tourisme de Nivelles – Fiches Actions

PROJET N°10	MISE EN TOURISME DE LA COLLÉGIALE ET DES VESTIGES ARCHÉOLOGIQUES
--------------------	---

1. DESCRIPTION DE L'ACTION

Objectifs poursuivis :

Mettre en valeur le patrimoine religieux et archéologique exceptionnel de Nivelles, édifice identitaire de la ville, et en faire un élément touristique fort, original et attractif sans empiéter sur la vocation première de l'église.

Description de l'action :

Mise en tourisme d'un patrimoine fort situé au cœur de la ville : la Collégiale et ses vestiges archéologiques.

Éléments de mise en œuvre :

Si la Collégiale et les vestiges archéologiques sont des points forts de Nivelles, leur mise en tourisme reste relativement faible. Pour réellement découvrir ces lieux et l'histoire de la Ville, le visiteur devra participer à une visite guidée. L'absence d'informations et d'explications, la non accessibilité de certains lieux ... font que le visiteur individuel ne découvrira ce patrimoine que de manière très superficielle.

C'est pourquoi, afin de renforcer l'attractivité touristique de ce lieu, la présente action porte sur sa mise en valeur et la mise en tourisme.

- Mise en place d'une scénographie peu contraignante au sein de la Collégiale, et ce dès le cloître. On utilise le cloître et ses petits espaces vides (liens avec l'hôtel de ville) pour proposer au visiteur de découvrir Nivelles et son patrimoine au travers d'une scénographie légère et non envahissante. Cette scénographie permet de mettre en valeur des découvertes archéologiques réalisées, de raconter l'histoire de Nivelles. Cette scénographie invite le visiteur à parcourir le cloître et à rentrer dans la Collégiale où il trouvera différentes bornes / écrans qui lui permettront de découvrir une thématique historique, une présentation des lieux ou encore de visiter la Collégiale à différentes époques (écran 3 D).

Exemples de scénographie dans des édifices religieux :

Département du Calvados



Basilique de Saint-Denis, Paris



Nantes



Paris



Toulouse

Toul

- La mise en tourisme concernera également les vestiges souterrains. Accessibles seulement lors des visites guidées, ce lieu reste trop méconnu. Il convient de pouvoir aménager l'accès et l'espace afin d'autoriser et d'organiser la visite par des individuels et sans réservation. Cet aménagement passe notamment par la mise en lumière des vestiges, l'installation d'une présentation audio (en plusieurs langues) qui expliquent les vestiges, l'installation d'éléments permettant de préserver les vestiges et de sécuriser les lieux.

Exemples de mise en lumière de vestiges archéologiques :**Exemples de mise en scène de vestiges archéologiques :**

Archéoforum de Liège



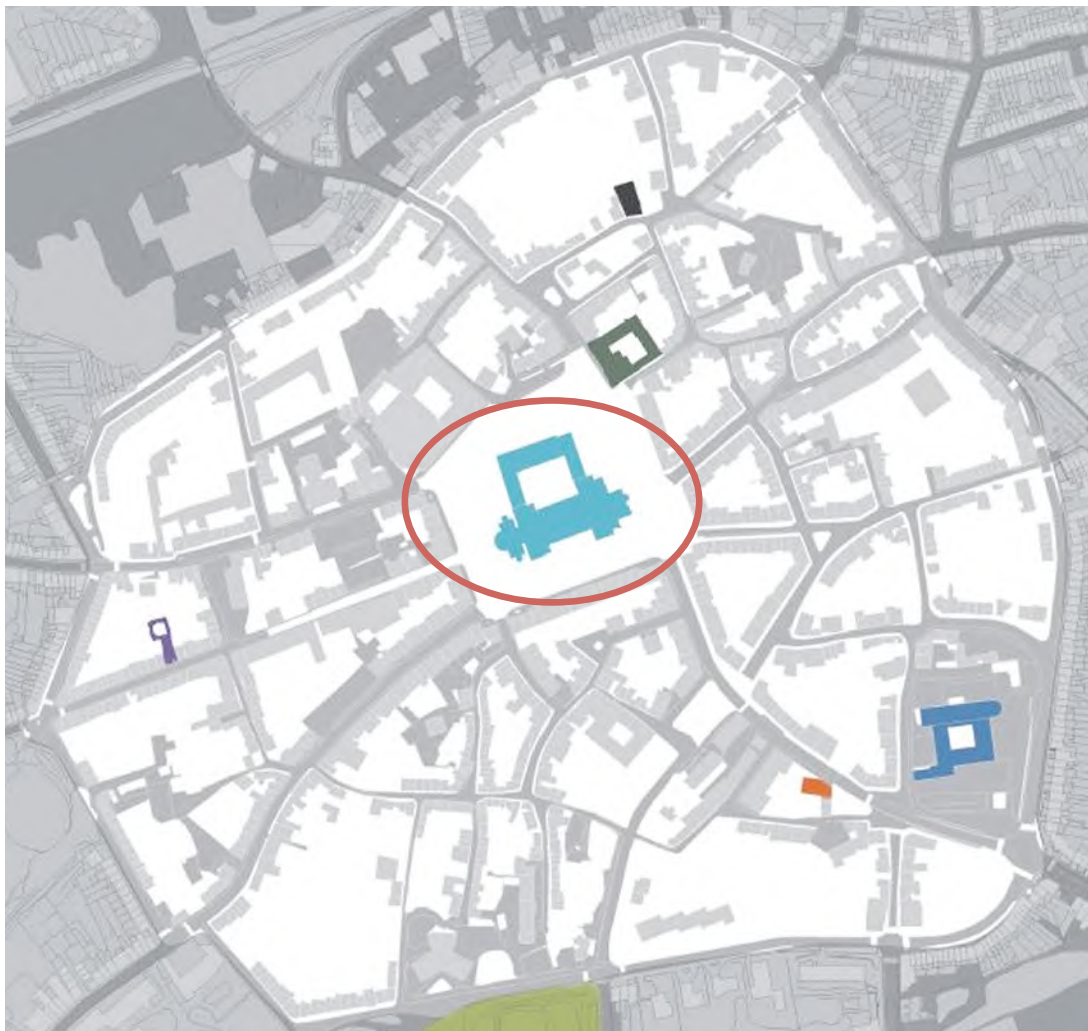
Bruxelles 1238 (Les fouilles sont recouvertes d'une verrière qui rend les vestiges visibles des passants)

- Intégrer la Collégiale et ses détails architecturaux dans le produit Smartphone de découverte de la ville (cf. projet n°12).

Exemple de produit Smartphone applicable à un édifice religieux :



2. LOCALISATION DE L'ACTION



3. MOYENS À MOBILISER

Désignation	Quantité présumée	Prix unitaire HTVA	Prix total HTVA
Auteur de projet – scénographe	1	30.000,00 €	30.000,00 €
Réalisation de la scénographie e des aménagements (cloître et vestiges)	FF	150.000,00 €	150.000,00 €
ornes dans la collégiale	2	15.000,00 €	30.000,00 €
		TOTAL HTVA	210.000,00 €
		TVA 21 %	44.100,00 €
		TOTAL TVAC	254.100,00 €

4. SOURCES DE FINANCEMENT

- le SPW - DGO4 (patrimoine)
- le Commissariat Général au Tourisme



Le Fonds Européen de Développement Régional et la Région wallonne investissent dans votre avenir

Plan Qualité Tourisme de Nivelles – Fiches Actions

PROJET N°11	MISE EN PLACE D'UN PRODUIT « SMARTPHONE » DE DÉCOUVERTE DE LA VILLE
--------------------	--

1. DESCRIPTION DE L'ACTION

Objectifs poursuivis :

L'outil technologique, s'il est pensé et développé dans un cadre raisonné et coordonné, permet d'attirer de nouveaux pratiquants, d'affirmer l'offre « enfant et famille » et de donner au territoire une image dynamique.

En outre, il s'agit de proposer aux visiteurs un produit qui permet de découvrir Nivelles toute l'année et sans guide.

Description de l'action :

Proposer un produit découverte de la ville par une médiation technologique.

Eléments de mise en œuvre :

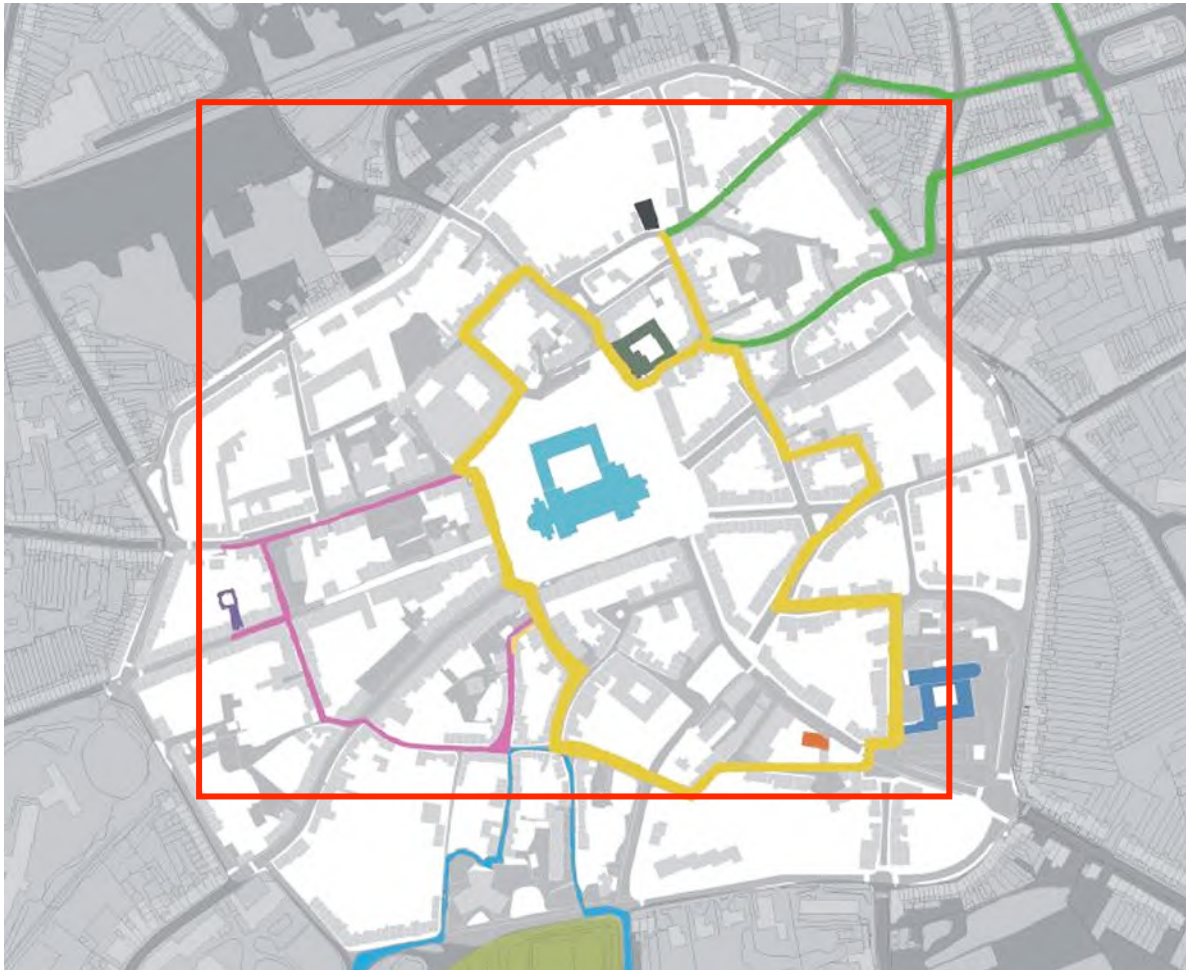
Le projet tel qu'il sera mis en œuvre doit permettre d'augmenter le temps que le visiteur passe à Nivelles et augmenter ainsi le taux de consommation du visiteur dans les restaurants, cafés ... La définition du parcours, de son itinéraire, de sa thématique générale doit se faire dans le cadre d'une prise en considération des publics : ce qui les a poussés à venir à Nivelles, ce qui les a intéressés, touchés ...

Création d'un parcours de découverte du patrimoine historique et anecdotique de la ville accessible aux Smartphones.

- La découverte de la ville se fait via le petit patrimoine populaire dispersé sur les façades, dans les quartiers, à proximité de la Collégiale ...
- Utilisation de la réalité augmentée : l'utilisateur dirige son Smartphone vers les édifices concernés et il obtient des informations contextuelles sur ceux-ci.
- Les informations reçues par les visiteurs sont historiques et architecturales tout en étant ludiques et anecdotiques : utilisation des techniques d'interprétation.
- Afin que le visiteur repère les lieux où il peut recevoir de l'information, mettre en place un balisage permanent au sol. Ce balisage invitera, par un logo ou une courte phrase le visiteur

à lever les yeux.

2. LOCALISATION DE L'ACTION



3. ILLUSTRATIONS DES AMÉNAGEMENTS

Exemples de balisage au sol :



Exemples de petit patrimoine à mettre en valeur :



Exemple de mise en place du projet :



La balise au sol invite le visiteur à s'arrêter et à viser avec la caméra de son Smartphone le détail patrimonial. Des données viennent se surimposer à l'écran tels que des informations historiques et anecdotiques, des images, des commentaires audios,

Certains logiciels permettent également de rentrer virtuellement au cœur des bâtiments que le visiteur a devant lui ou de les lui représenter tels qu'ils étaient auparavant ou tels qu'ils seront dans le futur.



Les balises peuvent être accompagnées de QR code. Le visiteur scanne des codes barres en deux dimensions, représentés sous forme de petits carrés blancs et noirs, placés sur des supports à travers la ville. Le code est automatiquement reconnu et renvoie à un site Internet pouvant contenir des commentaires audio, des images et des vidéos sur un bâtiment, un lieu, un paysage.



Enfin, la balade pourrait être également sonore. Il est aujourd'hui possible d'utiliser un lecteur MP3 comme support auditif et visuel pour découvrir la ville, son Histoire et ses histoires. Le contenu peut être téléchargé sur un site Internet (celui de la Maison du Tourisme) ou sur une borne de téléchargement.



4. MOYENS À MOBILISER

Désignation	Quantité présumée	Prix unitaire HTVA	Prix total HTVA
Conception : définition d'un parcours, de l'histoire, réalisation des contenus (photos, textes ...) et mise en ligne pour téléchargement	forfait	25.000,00 €	25.000,00 €
Balisage au ol	50	60,00 €	3.000,00 €
TOTAL HTVA			28.000,00 €
TVA 21 %			5.880,00 €
TOTA TVAC			33.880,00 €

5. SOURCES DE FINANCEMENT

- le Commissariat général au tourisme

Le Fonds Européen de Développement Régional et la Région wallonne investissent dans votre avenir

Plan Qualité Tourisme de Nivelles – Fiches Actions

PROJET N°12	MISE EN TOURISME DE L'ÉVÉNEMENTIEL
--------------------	---

1. DESCRIPTION DE L'ACTION

Objectifs poursuivis :

A l'heure actuelle, Nivelles propose des événements aux retombées locales, il n'y a pas de manifestations d'envergure extrarégionale. Pourtant, l'événementiel, pour peu qu'il soit mis en tourisme, pour une population d'excursionnistes dans une zone de chalandise de 1 à 3 heures, peut générer une activité économique relativement importante à Nivelles.

Description de l'action :

Accentuer les politiques d'animation et d'événementiel par leur mise en tourisme, en association avec les acteurs concernés.

Éléments de mise en œuvre :

Mise en place d'une stratégie de promotion à visée extrarégionale :

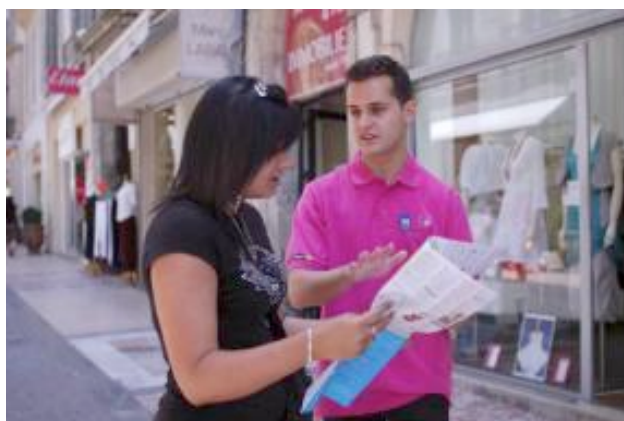
- Mise en évidence des événements majeurs sur le site Internet de la Maison du Tourisme.
- Installation permanente d'oriflammes événementielles : installer de façon permanente des poteaux avec structure pour oriflammes. Ces oriflammes sont remplacées en fonction du calendrier événementiel fixe (de façon à ce que les oriflammes puissent être réutilisées d'année en année).



- Renforcer la communication relative aux événements majeurs : information dans les commerces et les hébergements du territoire, informations sur la page d'accueil des sites Web OT/MT ...

Améliorer l'accueil des visiteurs lors des événements :

- Prévoir des parkings en proche périphérie, facilement identifiables. Utiliser une signalétique temporaire.
- Mettre en place un système de navettes régulières entre ces parkings et le lieu de l'événement.
- Guider et renseigner les visiteurs. prévoir soit la présence de l'OT lors des événements majeurs (stand point d'information « Nivelles vous accueille ») soit la présence de stewards qui sont reconnaissables par leur tenue et qui informent les visiteurs.



- Un accueil particulier est à prévoir pour les personnes à mobilité réduite.

Participation de tous les acteurs concernés du centre-ville :

- Organiser une réunion où tout le secteur de l'Horeca, les commerçants, etc., sont invités : leur expliquer le concept et la philosophie de l'événement, le descriptif concret de l'organisation, les chiffres des précédentes éditions, le détail de la campagne promotionnelle, etc.
- Proposer aux restaurateurs de s'inscrire dans la dynamique de l'événement en offrant un menu spécial aux visiteurs (typique, terroir ...)
- Proposer aux commerçants de s'inscrire dans la dynamique de l'événement en décorant leur vitrine ou, si la manifestation a lieu un dimanche, d'ouvrir exceptionnellement.
- Proposer un produit combiné aux visiteurs : pour x euros, ils reçoivent un carnet comprenant plusieurs coupons (le parking gratuit, le deuxième repas à moitié prix, réduction chez les commerçants, un souvenir de l'événement, une tarte al d'jote gratuite, etc).

2. LOCALISATION DE L'ACTION

Sans objet

3. MOYENS À MOBILISER

Désignation	Quantité présumée	Prix unitaire HTVA	Prix total HTVA
Oriflammes	9 mats et 36 oriflammes		11.600,00 €
TOTAL HTVA			11.600,00 €
TVA 1 %			2.436,00 €
TOTAL TVAC			14.036,00 €

Le coût des actions de communication et d'animation est à intégrer dans les budgets de l'OT/MT et du service de gestion du centre ville.

4. SOURCES DE FINANCEMENT



Le Fonds Européen de Développement Régional et la Région wallonne investissent dans votre avenir

Plan Qualité Tourisme de Nivelles – Fiches Actions

PROJET N°13	SOUTENIR LA DYNAMIQUE COMMERCIALE
--------------------	--

1. DESCRIPTION DE L'ACTION

Objectifs poursuivis :

Le commerce est un facteur déterminant de la qualité de vie et de l'attractivité d'une région. La diversité et la qualité commerciale jouent un rôle important dans le dynamisme économique de la ville et dans l'image que celle-ci reflète. Il s'agit donc de renforcer l'image de Nivelles comme pôle régional orienté vers le shopping (clientèles locales et clientèles touristiques de séjour).

Description de l'action :

Soutenir la dynamique commerciale du centre-ville pour maintenir, voire accroître, son attractivité.

Éléments de mise en œuvre :

L'accessibilité des quartiers commerçants :

Généralement, les visiteurs préfèrent le véhicule particulier pour effectuer un achat. Il leur semble plus performant en matière de temps, de transport des paquets et de coût (le véhicule permet à toute une famille de se déplacer). Les aires de stationnement jouent donc un rôle très important dans l'attractivité d'un pôle commercial :

- améliorer la signalisation des parkings et leur hiérarchisation (cf. projet n°7) ;
- mise en place d'itinéraires « parkings-centre » (cf. projet n°8) ;
- veiller à mieux indiquer les navettes de bus (leur fonctionnement et leurs horaires) assurant la liaison entre les parkings et le centre-ville. Ce, tant au niveau des parkings que du centre-ville.

L'attractivité des quartiers commerçants :

« Pour les commerçants, l'implantation de leur établissement dans le tissu urbain est primordiale. Certains types de commerces, comme les magasins d'habillement et de chaussures, trouvent à se regrouper dans des pôles commerciaux un intérêt supérieur à l'effet négatif de la concurrence (...). Le client dépensant du temps et de l'argent pour se déplacer, les magasins doivent s'implanter à des emplacements stratégiques, proches de leur clientèle, mais aussi proches d'autres magasins, afin de

profiter de la clientèle que ces autres magasins attirent. » (FRAICHARD J., *Le commerce en France*, 2006)

- Veiller à maintenir la concentration de commerces de prêt-à-porter dans le piétonnier.
- Veiller à implanter et regrouper les nouvelles implantations dans le noyau piétonnier existant.
- Dans le piétonnier, prendre garde à l'implantation diffuse de commerces moins attractifs qui risquent de déformer ce noyau commercial (exemple de la seconde partie de la rue de Namur).
- Pour ce faire, anticiper la fermeture des commerces et customiser les cellules vides afin d'attirer de nouveaux commerces de ce type.
- Veiller à la cohérence et à la qualité visuelle des enseignes et des façades qui participent fortement au renforcement de l'attractivité commerciale de la ville (cf. projet n°4).
- Prêter une attention toute particulière aux commerces situés en dehors du piétonnier : cette situation géographique moins stratégique impacte sur le visage de ces rues. Les commerces y sont moins attrayants et les cellules vides plus nombreuses.

L'offre des surfaces commerciales :

- Rester vigilant par rapport aux logements vides aux étages des commerces et à l'augmentation des loyers.
- Les grandes enseignes nationales et internationales participent à la revitalisation des noyaux commerçants. Pour conserver les existantes et en attirer de nouvelles, le centre-ville doit maintenir un certain pourcentage de superficie de vente assez importante pour accueillir des commerces de ce type (en moyenne, $\pm 90/100 \text{ m}^2$).
- Une solution pour créer de nouvelles grandes superficies de vente est de profiter, lorsque la situation se présente, de cellules vides contiguës et d'opérer un remembrement commercial.
- Cependant, Nivelles est une ville « boutique » qui confère au pôle commercial une dimension humaine ayant également un rôle dans son attractivité. Il ne faut donc pas les sacrifier au profit d'une offre uniquement basée sur de grandes enseignes. Un juste équilibre entre les deux doit être maintenu.

La promotion du pôle commercial :

- Soutien de l'Association des commerçants dans ses projets et missions.
- Pour les clientèles : diffuser l'information sur les atouts des commerces nivellois, concevoir une carte des commerces à remettre aux visiteurs (à l'OT, dans les restaurants, à la commune).
- Pour les investisseurs potentiels : plaquette de présentation de la vitalité du pôle commercial de Nivelles (initiatives, atouts ...) à diffuser en accompagnement d'un recensement (régulièrement remis à jour) des locaux commerciaux disponibles.

Pour mettre en œuvre ces actions, trois outils doivent être (mis en place), utilisés et coordonnés :

- Association des commerçants
- Gestion du centre ville
- Régie communale foncière/commerciale :
 - o Création d'une régie foncière communale chargée de **mettre en place une politique immobilière commerciale active** en vue d'assurer une redynamisation de la structure et

de l'offre commerciale de la Ville de Nivelles.

- Sa vocation est de réaliser des opérations immobilières dans un but de valorisation du patrimoine, de rénovation et de création d'activités économiques et commerciales.
- Cette régie achète, rénove, reconstruit et/ou transforme les immeubles « chancres » du centre-ville. Elle les remet ensuite en vente ou en location, les réintroduisant ainsi dans le circuit de la distribution. Ces rénovations et ces adaptations d'immeubles commerciaux permettent d'augmenter la commerciabilité du centre-ville en permettant aux commerçants d'acquérir ou de louer un bâtiment adapté à leurs produits. Pour entretenir au mieux les façades, embellir la ville et lutter contre l'insécurité la régie peut créer de nouveaux logements au-dessus des commerces qu'elle a rachetés. Elle peut également établir des partenariats avec les propriétaires souhaitant réaménager leurs étages mais sans prendre en charge les travaux et la location des logements par la conclusion d'un bail emphytéotique avec la régie.

Le principe

La Régie foncière met des locaux à la disposition des nouveaux commerçants tout en restant propriétaire de l'immeuble. Elle finance l'acquisition et la rénovation partielle du rez-de-chaussée commercial. Le commerçant réalise ensuite les travaux de finition et les rénovations nécessaires à son activité.

2. LOCALISATION DE L'ACTION



3. ILLUSTRATIONS DES AMÉNAGEMENTS

Exemple de customisation de cellules vides :



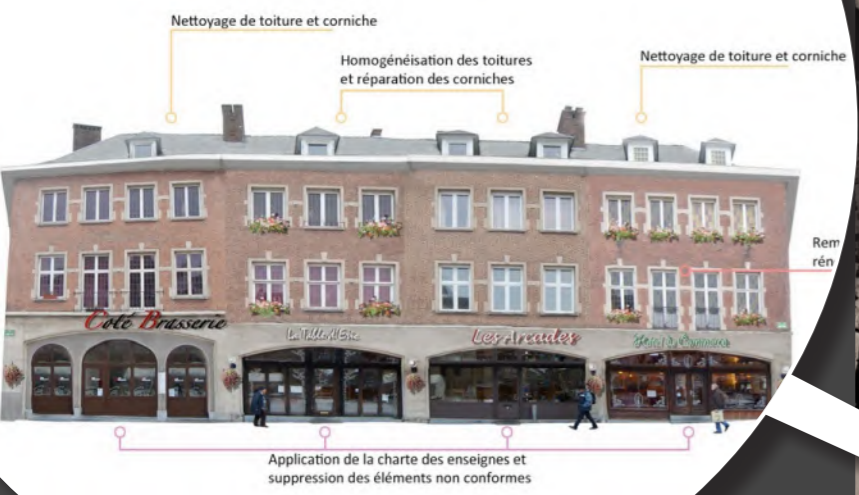
Charte graphique et fleurissement des façades de la Grand-Place



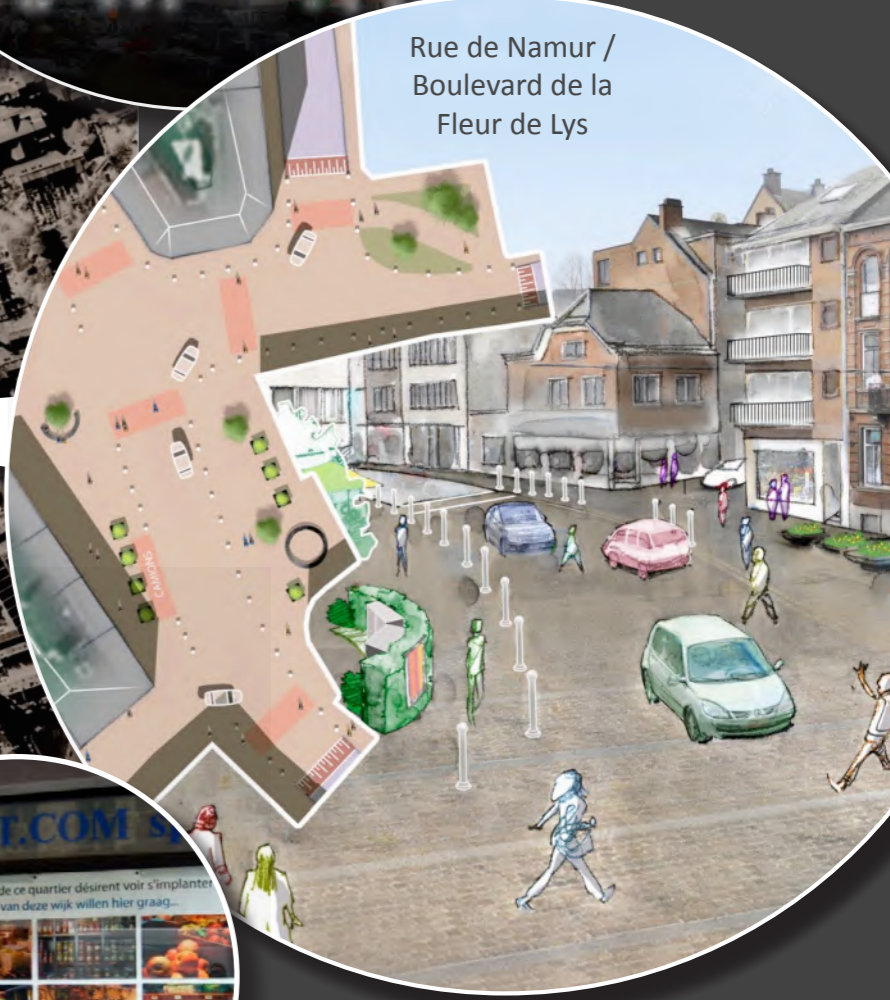
PLAN QUALITÉ TOURISTIQUE

Janvier 2011

Mise en lumière du Palais de Justice



Concentration de l'offre touristique sur la Grand-Place



Mise en tourisme de la Collégiale et des vestiges archéologiques →



Produits smartphone



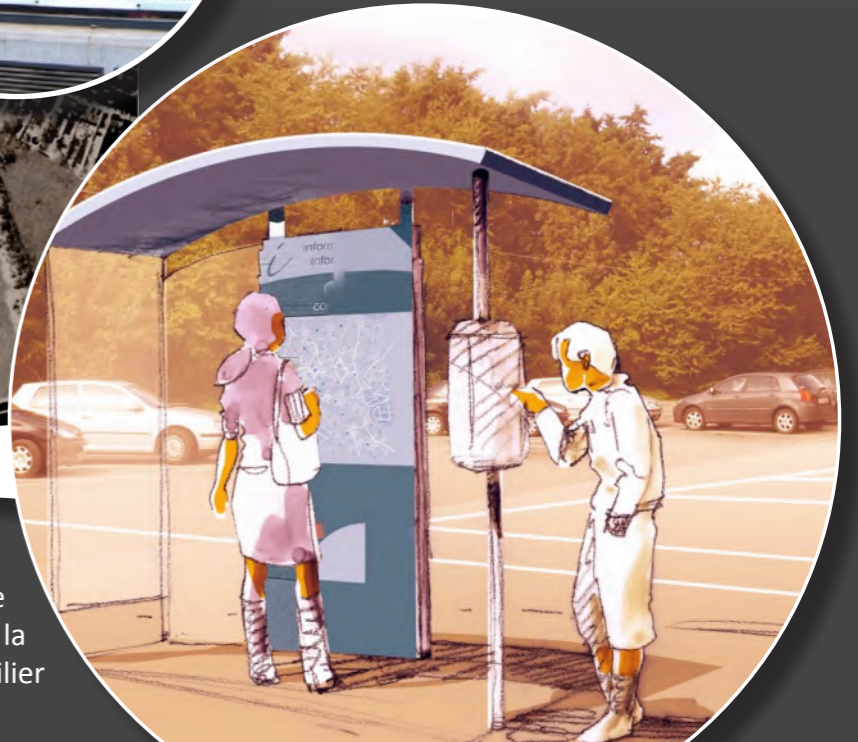
Enseignes et mobilier



← Aménagement de la liaison entre le parc de la Dodaine et le quartier Saint-Jacques et mise en valeur de l'entrée



→ Système de navette : mise en valeur par la signalétique et le mobilier



RÉCAPITULATIF DES BUDGETS ET DU PHASAGE

N°	Actions	Phase 1 (Montants HTVA)	Phase 2 (Montants HTVA)	Phase 3 (Montants HTVA)
1	Valorisation des façades de la Grand'Place			871.200 €
2	Espaces verts et fleurissement (conception de la charte)	18.000 €		
3	Mise en lumière et éclairage (conception du plan lumière)	20.000 €		
4	Enseignes et mobiliers commerciaux	492.000 €	725.000 €	
5	Aménagement d'un itinéraire piéton entre le parc et la Grand'Place		721.240 €	
6	Renforcement de la politique de stationnement en améliorant l'information et la signalétique	28.000 €		
7	Aménagement d'itinéraires piétons entre les parkings périphériques et le centre-ville	836.160 €		
8	Concentration des services touristiques à proximité de la Collégiale			
9	Création d'un hôtel de caractère dans le centre-ville (étude de faisabilité)	20.000 €		
10	Mise en tourisme de la Collégiale et des vestiges archéologiques		210.000 €	

11	Mise en place d'un produit « Smartphone » de découverte de la Ville	28.000 €		
12	Mise en tourisme de l'évènementiel	11.600 €		
13	Soutenir la dynamique commerciale			
TOTAL PAR PHASE HTVA (hors fiches 8 et 13)		1.453.760 €	1.656.240 €	871.200 €
TOTAL DES 3 PHASES HTVA (hors fiches 8 et 13)				3.881.200 €